

SOSYAL, İNSAN VE İDARİ BİLİMLERDE YENİLİKÇİ ÇALIŞMALAR



Editörler:

Doç. Dr. Serap SARIBAŞ

Dr. Öğr. Üyesi Turgay AKKUŞ



DUJAP

SOSYAL, İNSAN VE İDARİ BİLİMLERDE YENİLİKÇİ ÇALIŞMALAR

Editörler

Doç. Dr. Serap SARIBAŞ
Dr. Öğr. Üyesi Turgay AKKUŞ



Sosyal, İnsan ve İdari Bilimlerde Yenilikçi Çalışmalar

Editörler: Doç. Dr. Serap SARIBAŞ, Dr. Öğr. Üyesi Turgay AKKUŞ

Genel Yayın Yönetmeni: Berkan Balpetek

Kapak ve Sayfa Tasarımı: Duvar Design

Yayın Tarihi: Ağustos 2023

Yayıncı Sertifika No: 49837

ISBN: 978-625-6507-32-6

© Duvar Yayınları

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

Tel: 0 232 484 88 68

İÇİNDEKİLER

1. Bölüm.....15

Hemodiyaliz Tedavisi Uygulanan Hastaların Psikososyal Gereksinimleri:
Nitel Bir Çalışma
Ali Fuat ERSOY, Özlem DEMİR

2. Bölüm.....41

Öğrencilerin Akademik Beklentilere İlişkin
Stres Düzeylerinin Yaşam Doyumuna Etkisi:
Zonguldak Sağlık Meslek Lisesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma
Özlem DEMİR ,Ali Fuat ERSOY

3. Bölüm.....69

Ebulfez Elçibey ve Azerbaycan Azadlık Harekatı
Aslıhan KILINÇ

4. Bölüm.....89

Dizilerde Kadına Yönelik Erkek Şiddetiyle Mücadelenin
Toplumsal İmgesi: Merhamet Dizisi Örneği
Aslı TELSEREN ÖMEROĞLU

5. Bölüm.....117

Sağlık Turizminin Muhasebe Stratejileri Açısından İncelenmesi
Aydın ŞENOL

6. Bölüm.....135

BRICS-T Ülkelerinde CO2 Emisyonlarını Şekillendiren Dinamikler:
Ekonomik Büyüme, Yenilenebilir Enerji, Turizm ve Ticaretin Rolü
Ayşegül BAYKUL

7. Bölüm.....153

Etkinlik Turizmi ve Destinasyon Pazarlaması Kapsamında
Antalya'nın Değerlendirilmesi
Bilge Nur ÖZTÜRK

8. Bölüm.....183

Kuzeydoğu Anadolu Bölgesi Tarımsal Ürün Deseni
Üzerine Bir İnceleme
Billur ENGİN BALIN

9. Bölüm.....205

İşletmeler İçin Sürdürülebilirlik Muhasebesi
Burçin TUTCU

10. Bölüm.....221

Cahiliye Dönemi Arap Edebiyatında Edebi Tenkit (Nakd) Uygulamaları
Cumali BAYLU

11. Bölüm.....237

Siyasal İdeolojilerin Göçmenlere Yönelik Olumsuz Tutum
Üzerindeki Etkisi: Karabük Üniversitesi Öğrencileri Örneği
Deniz ALCA, Sanem YAMAK

12. Bölüm.....265

Kırım Savaşı'nın (1853-1856) Realist Çerçeveden Değerlendirilmesi
Durmuş Ali KOLTUK

13. Bölüm.....281

Kültürlerarası İletişim Kuramları Bağlamında
Türk ve Alman Fıkraları
Elif ERDOĞAN

14. Bölüm.....295

Orman Yangınlarına Karşı Alınacak Tedbirleri Gösteren
1917 Tarihli Osmanlıca Bir Talimatname
Erdal KAYA

15. Bölüm.....307

Dijital Dünyada Kurumsal Sosyal Sorumluluk: Markaların
Siber Zorbalık Karşıtı İletişim Kampanyalarının İncelenmesi
Esra ÖZTÜRK

16. Bölüm.....331

Sosyal Hizmet Perspektifinden Askeri Stres Kaynaklarının
Asker Çocuklarının Psikososyal Sağlığı Üzerindeki Etkisi
Filiz ER

17. Bölüm.....351

Türkiye'de Devlet Tarafından KOBİ'lere Sağlanan Hibe ve Destekler:
Afyonkarahisar Örneği
Gözde UÇAR, Tuğrul KANDEMİR

18. Bölüm.....379

Geçmişten Günümüze Sokak Lezzetlerinin Gelişimi
Hilal ÖZ, Şeyma Nagehan KESKİN

19. Bölüm.....395

Mobil Perakendecilikte Tüketicilerin Satın Alma
Niyetine Etki Eden Faktörlerin İncelenmesi
İbrahim YEMEZ, Cansu TUNAHAN

20. Bölüm.....417

Taşradaki Kadın Esnafın Çalışma Deneyimleri
İpek AGCADAĞ ÇELİK, Özgen ALTINÖZ

21. Bölüm.....443

Sağlık Yönetiminde Öğretme Kuram,
Strateji ve Tekniklerinin Öğrenmedeki Rolü
İzzet AYDEMİR

22. Bölüm.....477

Türkiye'deki Önlisans Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Programlarına
2022 Yılı Güncel Bakış
Kürşad ÇAVUŞOĞLU

23. Bölüm.....491

Covid-19 Pandemisinin Bir Yılda Yarattığı Küresel Ekonomik Bunalım:
Alınan Tedbirler ve Pandeminin Ekonomik Sonuçları
Mihalıs Kuyucu

24. Bölüm.....521

Küreselleşme Sürecinde Kadın Emegi:
Enformel Sektörde Kadın Emegine Dair Bazı Değerlendirmeler
Mina FURAT

25. Bölüm.....539

Pazarlama Alanında Yapay Zeka ile İlgili Yapılan
Çalışmaların İncelenmesi
Muhammed Fatih CEVHER

26. Bölüm.....561

Siyasal Kültür Bağlamında Çoğulcu ve Çoğunlukçu Demokrasi Anlayışı
Muhammed Ramazan DEMİRCİ

27. Bölüm.....587

Batı Çağdaş Erdem Etiği Bağlamında Ahlak, İnsan ve Toplum İlişkisi
Muhammed Veysel BİLİCİ

28. Bölüm.....609

Ulusal Gazete Manşetlerine Ait Söylem Analizi:
14 Mayıs 2023 Genel Seçimleri Örneği
Murat ERDOĞAN

29. Bölüm.....643

Türkiye'de Gerçekleştirilen Kalite Fonksiyonu Göçerimi
Araştırmalarının Müşteri Sesi Açısından İncelenmesi
Mustafa Bilgehan KUTLU

30. Bölüm673

Yeşil Dönüşüm: Endüstri 5.0'ın Sürdürülebilir İşletmelere Etkisi
Mustafa YURTSEVER

31. Bölüm.....691

Modern Yönetim Yaklaşımları Perspektifinden
Değişim ve Vizyon Yönetimlerinin Önemi
Osman YALAP

32. Bölüm.....707

İşletmeler İçin Stratejik Bir Kaynak Olarak Etik
Ömer Faruk ALADAĞ

33. Bölüm.....729

Klasik Yönetim Düşüncesinden Modern Yönetime
Verimlilik Algısı ve Yenilikçi Yaklaşımlar
Özgür Uğur ARIKAN

34. Bölüm.....753

Ulusal Kültür ve Çokkültürlülük Yaklaşım ve Politikaları
Rıfat GÜNDAY

35. Bölüm.....779

Vergi İncelemelerinde Tespit Edilen Kaçakçılık Suçlarının
Cumhuriyet Başsavcılığına Bildiriminde Özellikli Durumlar
Selda AYDIN

36. Bölüm.....801

Kurumsal Reklamcılık ve Marka Stratejileri Kapsamında
Türkiye’de Yayınlanmış Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Analizi
Sultan KOCA

37. Bölüm.....823

Sosyal Yardım Kavramının Diğer Sosyal Politika Kavramlarıyla
İlişkisi Üzerine
Taner BULUT

38. Bölüm.....853

Sürdürülebilir Kalkınma Anlayışına Yönelik Döngüsel
Ekonomi Modeline Geçişte Endüstriyel Simbiyoz Yaklaşımı
Ayşegül ÖZKAN

39. Bölüm.....885

Orta Çağ Avrupa'sında Masumiyetin
Kutsal Yolculuğu-Çocuk Haçlı Seferleri
Abdullah BAYINDIR

40. Bölüm.....905

Sağlık Turistinin Kalite Arayışı ve Fiyat Faktörü
Ahmet ÖNAL

41. Bölüm.....933

Kripto Paraların İşleyiş Sistemi ve Vergilendirilmesi
Ali SAKLAN

42. Bölüm.....959

Sosyal Hizmet Ön Lisans Öğrencilerinin Engellilere Yönelik Tutumları
Arif DURĞUN, İhsan KUTLU

43. Bölüm.....977

Türkiye’de Bankacılık Sektöründeki Dijitalleşmenin
Gelecek Perspektifi: Açık Bankacılık ve Bankacılıkta Merkezileşme
Ayşen BAKKALOĞLU

44. Bölüm.....1009

Küreselleşmenin Geleceği: Yeni Dünya Düzensizliği
Başak ÖZORAL, İlke CİVLEKOĞLU

45. Bölüm.....1029

Kadının İşgücüne Katılım ve İstihdamını Artırmaya Yönelik
Vergi Politikaları
Burçin ESER

46. Bölüm.....1049

Emlak Pazarlamasında Sanal Gerçeklik Uygulamaları
Bülent ATMACAN

47. Bölüm.....1063

İş Yerinde Duygular: Oluşumu, Etkileri ve Yönetilmesi
Celal YILMAZ

48. Bölüm.....1095

Türkiye Bulunan Mevduat Bankaları ile İlgili 2018-2023 Yılları
Arasındaki Dönemde Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleri ile Yapılmış Olan Çalış-
maların İncelemesi
Çağrı KÖROĞLU, Mehmet ANBARCI, İsmail ÖZTANIR

49. Bölüm.....1109

Çevrenin Öneminden Hareketle Sürdürülebilirlik ve
Sürdürülebilir Kalkınma
Çiğdem Sema SIRMA

50. Bölüm.....1127

Akıllı Otellerde Büyük Veri Analizinin Rolü
Derya BAYKAL BAYSAL

51. Bölüm.....1145

Dürüstlük Dışı Tüketici Davranışını Tetikleyen Durumsallıklar
Didem Gamze IŞIKSAL, Elif KARAOSMANOĞLU

52. Bölüm.....1173

İklim Değişikliği ve Türkiye Tarım Sektörüne Etkileri
Dilek AYKIR

53. Bölüm.....1191

Depremlerin Şirketlerin Finansal Durumları Üzerindeki Etkisi:
1999 ve 2011 Depremlerinden Hareketle 2023 Depremi
Esra ATABAY, Ayşegül ÖZTÜRK KAMİLÇELEBİ

54. Bölüm.....1227

Ailevi ve Dini Değerlerin Enformel Kontrolü
Sağlama ve Suç Önlemeye Etkisi
Fatma TEKGÜL, Muhammet FIRAT

55. Bölüm.....1251

Muhasebenin Dijital Dönüşümü,
Medikal Muhasebe ve E-Muhasebe Uygulamaları
Fevzi AKBULUT

56. Bölüm.....1279

Yıkıcı İnovasyon
Fırat EROL , Reha SAYDAN

57. Bölüm.....1293

Erkeklik Kavramı Üzerine Kısa Bir Değini
Gökhan TOPÇU

58. Bölüm.....1307

Gündem Bağlantılı Reklam Örneği Olarak Turkcell
“Gönül Bağı” Reklam Filmlerinin Analizi
Gülten ADALI

59. Bölüm.....1325

Dijitalleşen Dünyada Dijitalleşen Reklamcılık Ödülleri Üzerine
Bir İçerik Analizi
Gülten ADALI

60. Bölüm.....1343

IKEA'da 'Yaşamından Kesit Bul':
Animasyon Reklamda Hikâye Anlatıcılığı ve Anlatı Araçları
Hediye AYDOĞAN

61. Bölüm.....1365

Almanya'da Teneffüslerde Türkçe Konuşma Yasağı:
Bir Örnek Olay İncelemesi
İlhan KARACA

62. Bölüm.....1385

Kapitalizm ve İslâm'ın Finansal Davranışları Etkileyen Özellikleri ve
Bu Özelliklerin Sonuçları
İsmail ÇELİK

63. Bölüm.....1401

Bireysel ve Toplumsal Kimliğin Oluşumunda Dinin Rolü
Merve TEMİZER GÜNEŞ

64. Bölüm.....1423

Sosyal Politika Çalışmalarının Bibliyometrik Haritası:
Uluslararası Literatür Üzerine Bir Analiz
Metin BULU

65. Bölüm.....1441

Maneviyatın Psikolojik İlk Yardımdaki Rolü: Anlamın Keşfi ve
Sağaltıcı Etkileri
Muharrem AKA

66. Bölüm.....1471

Suç Korkusu ve Mekân İlişkisi Üzerine Bir Değerlendirme
Muhammet FIRAT

67. Bölüm.....1489

93 Harbinde Rus Kızılhaç'ı ve Balkanlardaki Sağlık Faaliyetleri
Mustafa ÖZTÜRK

68. Bölüm.....1521

1921 Maarif Kongresi ve Türk Eğitim Tarihi Bakımından Önemi
Mustafa ŞAHİN

69. Bölüm.....1533

Pazarlama Alanında Çevreye Duyarlı
Tüketici Davranışı ve Çevresel Bilinç Konusuna Kavramsal Bir Bakış
Neşenur ALTINIĞNE

70. Bölüm.....1553

Belen (Hatay)'in Tarihi Varlıklarının
Kültürel Turizm Açısından İncelenmesi
Nihat DEMİRTAŞ, Yeliz SEVİM

71. Bölüm.....1573

Organizasyonlarda Örgütsel Adalet ve Çatışma İlişkisi
Numan ÇAKAR, Ahmet DİKEN

72. Bölüm.....1601

Teorik Pazar Gücü Modelleri
Onur DEMİREL

73. Bölüm.....1637

Yoksulluk ve Engellilik İlişkisi
Ömer Şükrü YUSUFOĞLU

74. Bölüm.....1661

Klasik Türk Şiirinde Kale Metaforu
Özlem ERCAN

75. Bölüm.....1685

Çağdaş Dönemde Tüketim Kültürü ve Yaşam Tarzı
Raheb MOHAMMADI GHANBARLOU

76. Bölüm.....1701

Dini Bağlamda Sorumlu Tüketim ve Tüketim Kültürü
Abdulahap BAYDAŞ, Sercan CENGİZ

77. Bölüm.....1735

Liderliğin Psikodinamik Yaklaşımındaki Kökenleri:
Psikodinamik Liderliğe Kavramsal Bir Bakış
Soner TASLAK, Makbule Hürmet ÇETİNEL

78. Bölüm.....1753

Ömür İklim Demir'in "İçler Dışlar Çarpımı" ve
"Vasati Kırk Yaş" Adlı Öykülerinde Üstkurmaca, Heteroglossia,
Polifonik Yapı, Diyaloji ve Yansıtıcı Bilinç
Şerefnur ATİK

79. Bölüm.....1771

Çağdaş İktisadi, Siyasal ve Toplumsal Düzenin
Kökeni Olarak Merkantilizm
Muhammed Veysel BİLİCİ

80. Bölüm.....1787

Meslek Lisesi Öğrencilerinin
Finansal Okuryazarlık Düzeyinin Ölçülmesi.
Nazilli 50. Yıl Mesleki Ve Teknik Anadolu Lisesi Üzerine Bir Uygulama
Yılmaz ER, Umut Tolga GÜMÜŞ, Durmuş SEZER

81. Bölüm.....1815

Bir Anlatım Biçimi Olarak Beyân İlminde Mübalağa Sanatı
Zafer AKYÜZ

82. Bölüm.....1845

Celâleddîn es-Suyûtî'nin Hayatı, Eserleri ve
Belâgat İlmini Tedvininde Yararlandığı Kaynaklar
Zafer AKYÜZ

83. Bölüm.....1877

Sağlık Hizmetleri Piyasası ve Özellikleri
Hacı Hayrettin TIRAŞ, Hüseyin AĞIR

84. Bölüm.....1903

Yönetsel Becerilerin Yöneticilerin Astları Tarafından Değerlendirilmesi:
Sağlık Sektörü Çalışanları Özelinde Bir Araştırma
Işıl KIROĞLU ARSLAN

85. Bölüm.....1925

Bu Bebeklerin Kimlikleri Var
Gülay TEMİZ, Sahavet NAK

86. Bölüm.....1949

Örgütlerde Konuşulmayan Sorunlar: Odadaki Fil Sendromu
Engin YURDASEVER

87. Bölüm.....1979

Geleneksel Ekolojik Bilgi Bağlamında
Yörük Yurtları (Burdur İli Örneği)
Evren EKİZ

88. Bölüm.....2019

Stratejik Planlamaya Dayalı Performans Bütçeleme Sistemi
Yaşar AKÇA, Muhammed Emin ÖZTÜRK

89. Bölüm.....2033

Nefret Söylemi Ve Futbol İlişkisi: 5 Mart 2023 Tarihinde Oynanan
Amedspor- Bursaspor Futbol Maçında Açılan Posterlerin ve
Twitterdeki Nefret Söylemlerinin Değerlendirilmesi
Dilber İDACI, İrem Hanım FIRAT

90. Bölüm.....2051

Depresyonu Yordamada Geleneksel Zorbalık Biçimlerinin ve
Siber Zorbalığın Rolü
Şeyma DEREBAĞI, Aysun ERGÜL TOPÇU

91. Bölüm.....2075

Havayolu İşletmelerinde Müşteri İlişkileri Yönetimi
Mustafa Kemal YILMAZ, Birsen YILMAZ

92. Bölüm.....2087

Dijitalleşme, Sürdürülebilirlik ve Döngüsel Ekonomi Ekseninde
Küresel Moda Endüstrisindeki Gelişmelere Genel Bir Bakış
Elif DENİZ

93. Bölüm.....2111

Kobi’lerde Kurumsal Kaynak Planlama Entegrasyonu:
Tekstil Sektörü Özelinde Bir Uygulama
İkram DAŞTAN

94. Bölüm.....2127

Gelişmekte Olan Ülkelerde Sürdürülebilir Ekonomik Büyüme ve
Kadın İstihdamı Arasındaki İlişki: Türkiye Örneği
Hasan Çebi BAL, Filiz KUTLUAY TUTAR, Nihal AKNUR

95. Bölüm.....2143

Dijital Oyunlar Üzerine Yapılan Akademik Araştırmalarla İlgili
Sistematik Bir İnceleme
Ayşen YALMAN, Fatma YİĞİT AÇIKGÖZ

96. Bölüm.....2159

Kentten Göç ve “Müşterek Mekân”ın Dönüşümü
Emin YİĞİT

97. Bölüm.....2179

Toplumsal Güven Kavramının Sivil Toplum Kuruluşları
Açısından Önemi
Burak KOÇAK, Hüseyin CAN

98. Bölüm.....2195

Makine Öğreniminde Veri Boyutunu Azaltma:
Lineer Temel Bileşenler Analizi
Yunus BULUT, Ayşegül HAN

99. Bölüm.....2219

Stratejik Pazarlama İletişimi:
Etkili İletişim Yolları ve Yaklaşımları
Yasemin BİLİŞLİ

- 100. Bölüm.....2241**
Yapay Zeka Destekli Pazarlama ve İletişim Stratejileri:
Dijital Dönüşüm Çağında Etkili Yaklaşımlar
Yasemin BİLİŞLİ
- 101. Bölüm.....2261**
Türk Medyasında Yapay Zekâ Destekli Robot Gazeteciliğine Dair İlkler
İkram ALPSOY
- 102. Bölüm.....2277**
Türkiye’de Bakanlık Teşkilâtının Dönüşümü
Mücahit BEKTAŞ
- 103. Bölüm.....2295**
Endüstri 4.0 Çağında Denetim 4.0
Halim AKBULUT
- 104. Bölüm.....2311**
Elektronik Sözel İletişimin
Satın Alma Niyeti Üzerindeki Etkisinin Belirleyicileri
Sercan HATİPOĞLU
- 105. Bölüm.....2329**
Ekofeminizm: Toplumsal Cinsiyet Bakış Açısı ile Ataerkillik İlişkisi
Sema SANCAK, Feran AŞUR
- 106. Bölüm.....2343**
Beslenmede Pekmezin Önemi ve Pekmezli Ürünler:
Konya Taşköftü Örneği
Gülçin ALGAN ÖZKÖK, Şule PAŞABEKİROĞLU GÜNASLAN

1. Bölüm

Hemodiyaliz Tedavisi Uygulanan Hastaların Psikososyal Gereksinimleri: Nitel Bir Çalışma

Ali Fuat ERSOY¹

Özlem DEMİR²

1 Prof. Dr., Karabük Üniversitesi, İİBF Sosyal Hizmet Bölümü, ORCID 0000-0001-7665-6741

2 Yüksek Lisans Öğrencisi, Karabük Üniversitesi, ORCID 0000-0003-2703-4940

ÖZET

Tüm dünyada yaygın olarak görülen hastalıklardan biri olan kronik böbrek hastalığı, böbrek fonksiyonlarının geri dönüşümsüz olarak bozulması ile vücudun tüm sistemlerini olumsuz etkilediği önemli bir halk sağlığı sorunudur. Kronik böbrek hastalarının yaşam süresi, tıp alanındaki gelişmeler ve sağlık hizmetlerine erişebilirliğin yaygınlaşmasına paralel olarak yükselmiştir. Sağlığı medikal olduğu kadar sosyal ve ruhsal açıdan da tehdit eden bu hastalığın tedavisinde en sık uygulanan tedavi yöntemi hemodiyaliz (HD)' dir. HD uygulanan hastalar, içinde bulundukları süreçte yaşadıkları tedavi ekibine ve diyaliz makinesine bağımlılık, fiziksel işlev kaybı, aile düzeninin bozulması, bir diyetle uyma zorunluluğu zaman ve iş gücü kaybı ve uyku bozukluğu gibi sorunlardan olumsuz yönde etkilenmektedir. Hastaların sosyal işlevselliğinin ve yaşam kalitesinin artırılmasına amacıyla tedavi, bakım ve destek hizmetlerinin, 'bedenen, ruhen ve sosyal yönden iyilik halinin' sağlanması ve sürdürülmesi için psikososyal sorunlarını da kapsayan bütüncül bir sistemde verilmesi gerekmektedir. Sağlık kuruluşlarında görev alan tıbbi sosyal hizmet uzmanları, son dönem böbrek hastalığı (SDBH) ve tedavi sürecinde, bireyin hastalığına neden olan ve hastalığa bağlı olarak ortaya çıkan sorunlarla baş edebilmesi, tedaviye uyum sağlayabilmesi ve psikososyal sorunlarının çözülmesi için hizmet üreten multidisipliner ekibin önemli bir üyesidir.

Bu çalışma HD tedavisi uygulanan hastaların psikososyal gereksinimlerini ortaya koymak amacıyla yapılmıştır. Çalışma nitel olarak tasarlanmış ve kartopu örnekleme yöntemi kullanılarak HD tedavisi uygulanan 12 hasta ile görüşme gerçekleştirilmiştir. Veriler yarı yapılandırılmış görüşme formu ile toplanarak içerik analizine tabi tutulmuştur. Çalışma sonucunda ilgili hastaların genellikle, üzüntü, öfke, çaresizlik, sürekli ağlama, ümitsizlik, suçluluk, endişe, içe kapanma, aile ve iş yaşantısına ilişkin rol kaybı, öz güvende azalma, ölüm korkusu, bağımlı olma endişesi, geleceğe yönelik belirsizlik hissi, beden imajı değişikliği ve yaşam tarzında bozulma, depresif görüntü ve sosyal izolasyon gibi psikososyal sorunlar yaşadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kronik Böbrek Hastalığı, Hemodiyaliz, Psikososyal Sorunlar, Sosyal Hizmet Uzmanı

1.GİRİŞ

Kronik hastalıklar, insan sağlığını birçok yönüyle olumsuz olarak etkileyen fiziksel, psikolojik problemlerinin yanı sıra birey ve ailesinin işlevselliğini etkileyen ekonomik ve sosyal sorunları da beraberinde getiren, uzun dönemli ve genellikle yavaş ilerleme gösteren, kontrol altına almak ve ilerlemesini önlemek için düzenli takip, bakım ve destek gerektiren durumlardır (Gorman, Sultan et al. 1996; WHO 2012).

SDBH, tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de oldukça yaygın olan kronik bir hastalıktır. Böbreklerin uzun bir zaman sürecinde genellikle, şeker hastalığı, kontrolsüz yüksek tansiyon, böbreğin yapısal ve genetik hastalıkları, idrar yollarının sistemik hastalıkları gibi nedenlerle geri dönüşümsüz olarak bozulması olarak tanımlanır. Hastalığa bağlı olarak vücudun birçok sistemi olumsuz etkilenir. Bireyin iyilik haline engel olan belirti ve bulgularla seyrederek ve hastalığa bağlı ölüm oranları yüksek görülmektedir. Genel durumda bozulma, kansızlık, idrar çıkışında azalma, nefes darlığı, ödem iştahsızlık, bulantı, kusma, halsizlik, güçsüzlük, kas krampları, şuur bulanıklığı ve oryantasyon bozukluğu ve daha birçok olumsuz durum hastalığın en sık görülen belirtileri arasındadır (Daugirdas ve ark, 2003). ‘‘T.C. Sağlık Bakanlığı ve Nefroloji Derneği Ortak Raporunda’’ ülkemizde 2021 yılı sonu itibariyle hastalığın olumsuz etkilerini azaltmak, hastaların yaşam süresini uzatmak ve yaşam kalitesini artırmak amacıyla ‘böbrek yerine koyma tedavisi’ gerektiren SDBH’ nın nokta prevalansı milyon nüfus başına 993,5 olduğu bildirilmektedir. Son dönem böbrek yetmezliği tanılı hastaların hayatta kalabilmeleri ancak böbrek nakli, periton diyalizi ya da hemodiyaliz tedavilerinden biriyle mümkün olmaktadır. HD, tedavi seçenekleri arasında en sık uygulanan yöntemdir. 2021 yılı sonu verilerine göre HD gerektiren SDBH’ nın prevalansı milyon nüfus başına 709,2 olarak bildirilmiştir.

Hemodiyaliz; akut böbrek hastalığı ve SDBH olan hastalarda ilk olarak 1960’lı yıllarda Willem Koff tarafından uygulanmıştır. 1960’lı yıllardan önce ölümlerle sonuçlanan SDBH, diyaliz tedavi modellerinin gelişmesiyle birlikte hastaların yaşam sürelerini uzatarak kronik bir hastalık haline gelmiştir. HD, hastanın uygun bir damar ulaşım yolundan alınan kanın, vücut dışında bulunan bir makine aracılığıyla yarı geçirgen bir membrandan geçirilerek temizlendikten sonra ve tekrar hastaya geri verilmesi esasına dayalı bir tedavi şeklidir. Makine aracılığıyla, belirli zaman içinde, yeterli düzeyde temizlenmesi gerekli olan kan hacmine ulaşabilmek için genellikle koldaki bir atar damar ve toplar damarların cerrahi bir işlemle birleştirildiği damarsal bir oluşumdan (fistül) ya da çoğunlukla boyun bölgesindeki santral damarlardan birine takılan geçici ya da kalıcı süreli olarak kullanılabilen kateterlerden faydalanılır. HD, SDBH tanılı hastalara, genellikle haftanın üç günü dört saatlik bir zaman dilimi içinde uygulanır.

Hastalar HD esnasında sık görülen, hayati tehdit oluşturmeyen hipotansiyon, baş ağrısı, bulantı-kusma, kaşıntı, kramp, ateş-titrete, göğüs ve sırt ağrısı gibi problemlerin yanı sıra nadir görülen; kanama, hava embolileri, pıhtılaşma sorunları, nöbet gibi hayatı tehdit eden ciddi problemlerle de karşı karşıya kalabilmektedirler (Utaş ve Akpolat, 2018). Hastalar, hemodiyalizin akut ve uzun döneminde karşılaşılması olası komplikasyonlar açısından hekim ve hemşireleri tarafından yakın gözlem ve takip altında tutulmakta, gerektiğinde uygun tıbbi müdahaleleri yapılmaktadır. Hastaların makine ve diyaliz ekibine bağımlı bir yaşam şekline uyum süreci, HD esnasında karşılaşılacak olası diyaliz komplikasyonları, düşük bağışıklık sistemleri nedeniyle yaşadıkları enfeksiyon riskleri, stres, kaygı ve ölüm korkusunu yoğun yaşamalarına neden olabilir. Bazen bakım veren personele güven problemi, bazen de makinenin diyaliz esnasındaki uyarı alarmı bile bu duygularını daha da tetiklemektedir.

SDBH ve HD tedavisi, hastaların hayatlarında birçok değişikliğe neden olur. Hastalar; hastalığın olumsuz etkileriyle beraber, makineye ve başka insanlara bağımlı yaşama, diyet uygulama ve çok miktarda ilaç kullanma zorunlulukları, aile, iş ve sosyal yaşamlarındaki rol kaybı, ekonomik sorunlar, suçluluk hissetme, hayal kırıklığı yaşama, yeme içme bozuklukları, uyku bozukluğu, ölüm ve ölüm üzerine düşünceleri, sürekli depresif duygu hali, düşük benlik saygısı, ümitsizlik ve bu durumlara bağlı olarak ortaya çıkan depresyon gibi çeşitli ruhsal problemler de yaşamaktadır. Toplumda sık görülen kronik böbrek yetmezliği hastalığı nedeniyle sayıları giderek artmakta olan HD hastalarının psikolojik durumlarının belirlenmesi önemlidir (Özsoy ve Kulu, 2020).

HD hastalarında, hem kronik bir hastalığın beraberinde getirdiği tıbbi ve psikososyal sorunlar, hem de hemodiyaliz uygulamasının getirdiği sıkıntılara bağlı, olumsuz duygusal belirtiler yoğun olarak algılanmaktadır. Bu duygusal belirtilerden; öfke, kaygı, mutsuzluk ve korku en sık yaşadıkları sorunlar arasındadır (Jansen et al. 2010, Öztürk ve ark. 2009, Okanlı ve ark. 2008). Krespi ve ark. (2008)' in yaptıkları bir çalışmada; duygusal değişimlerin hastalık deneyimlerinin önemli bir parçası olduğu ve HD hastalarının kendilerini "kızgın, kolay sinirlenen, bıkkın, aşırı duyarlı, hırçın ve depresif" olarak tanımladıkları bildirilmiştir.

HD tedavisi alan hastaların; HD sırasında ve hastalığın tüm sürecinde yaşadıkları sağlık problemleri, temel ihtiyaçlarını karşılamalarına, öz-bakım gereksinimlerini ve yaşam aktivitelerini yerine getirmelerine engel olur. Bunun yanı sıra hastaların beden imajındaki değişim de yaşam kalitelerini olumsuz etkilemektedir. Bu sorunlar hasta ve bakım vericilerinin ruhsal durumunun bozulmasında rol oynayabilir (Sarı, 2015). Toplum psikolojisinin önemli hedeflerinden biri yaşam kalitesinin yükseltilmesidir. Kişilerin yaşam kalitesi ve

yaşam doyumu, fiziksel güçsüzlük, kronik yorgunluk, seksüel fonksiyonlarda bozulma, mevcut durumlarına bağlı ortaya çıkan kaygılar ve psikolojik destek sistemlerindeki yetersizlikler gibi nedenlerle azalabilmektedir (Akdemir, 2003). Yaşam kalitesi, öznel ve nesnel boyutlarıyla, kişinin çevresiyle ilişkilerinin kalitesi anlamının yanı sıra; ekonomik, sosyal, psikolojik vb. açıdan refah düzeylerinin artırılması olarak da tanımlanmaktadır (Arpacı ve Ersoy, 2007). Ruhsal sıkıntılar yaşayan hastalardaki problemleri erken saptanmak ve uygun müdahale yöntemlerini uygulamak yaşam kalitelerinin yükseltilmesini sağlarken, tedavi ve bakım hizmetlerinin maliyetlerini düşürmekte de etkili olabilir (Çalışkan ve arkadaşları, 2022).

SDBH, hem psikososyal desteğe ihtiyaç duyulan bir sağlık sorunu, hem de sosyal alan sorunudur. Hastalar ömür boyu devam eden bu hastalık sürecinde diyaliz tedavisi, eşlik eden ek hastalıkları ve takipleri nedeniyle zamanlarının çoğunu hastanelerde geçirmektedirler. Hastalığın fiziksel etkilerinin yanı sıra çalışan ya da okuyan hastaların, meslek ve eğitim hayatlarının da olumsuz etkilendiği bu süreçte, diyaliz tedavisi ile yaşam süreleri artmakta fakat anksiyete, depresyon başta olmak üzere pek çok psikososyal sorun yaşam kalitelerini düşürmektedir. Bunun yanı sıra bireylerin topluma katılımlarını kısıtlayan sosyokültürel yetersizlik ve yoksulluk gibi faktörler, hastalığın insan bedenindeki olumsuz etkileriyle daha da derinleşerek sosyal dışlanmaya sebep olabilmektedir. Ortaya çıkan sosyal dışlanma sonucunda, hastalıkla bağlantılı olan ya da olmayan kişisel ve psikolojik sorunlar daha da artmaktadır. Kronik böbrek hastalığının, sosyoekonomik ve sosyokültürel açıdan düşkün bireylerin psikososyal sorunları çözülmemediğinde sosyal bütünleşmeye de engel olabileceği göz ardı edilmemelidir (Güner, 2019).

HD hastalarının psikososyal sorunlarını nasıl algıladıklarının belirlenmesi amacıyla 12 katılımcı hasta ile yapılmış bir araştırma sonucunda; hastaların genellikle hastalıktan sonra yoğun psikososyal sorunlarla karşılaştıkları, süreçle beraber bireysel ve toplumsal rollerinde değişiklikler olduğu, hastalık algılarının genel olarak toplumsal cinsiyet bakış açısıyla cinsiyet faktörüne bağlı olarak değiştiği ve bir takım cinsel problemlerin de yaşandığı bildirilmiştir. Hastalarda gözlemlenen yoğun psikososyal sorunlar, terk edilme, geçmişe duyulan özlem, sosyal destek, arzu edilmeyen cinsel ilişkiye zorlanma olarak belirtilmektedir (Zengin ve Yıldırım, 2017). Bu hastaların, psikososyal sorunları çözülmediğinde, hastanın yaşam kalitesinin ve yaşama istediğinin azalması, tedaviye uyumsuzluk, tedaviyi reddetme, alkol, sigara bağımlılığı hatta intihar düşüncesine sebep olabilir. Bu durum, tedavi sürecinden yeteri kadar faydalanamamalarına, ölümle sonuçlanan ciddi problemler yaşamalarına neden olabilmektedir (Çelik ve Acar, 2007).

“Biyolojik, psikososyal ve kültürel” boyutlarıyla bireyin, sağlık/ hastalık döngüsündeki değişimle birlikte hem kendisinin hem de ailesinin yaşam koşulları yeniden şekillenmektedir. Kronik hastalıklar, holistik bakım anlayışıyla ele alındığında, sağlığı ve hastalığı algılama, kabul etme, tedaviye uyum gösterme, geleceğe umutla bakma, güçlü olma gibi sağlık durumunu etkileyen “spiritüel gereksinimlerin” de profesyonel sağlık hizmetleri kapsamında sunulması gerekli görülmektedir (Özer ve Pasinlioğlu, 2009). Geleneksel sağlık hizmetlerinin sunumunda, sağlık durumunu bozan bedensel ve patolojik sorunların ortadan kaldırmasına yönelik tedaviler öncelikli hedefken, günümüzde toplum tabanlı sağlık bakım anlayışı önemli hale gelmiştir. Bu yönüyle tıbbi sosyal hizmet, tüm sosyal ve duygusal bileşenlerin de tedaviye entegre edildiği bütüncül hastalık yönetim sürecine önemli bir katkıda bulunmaktadır (Işıksan, 2016).

SDBH tanımlı hastaların, hastalık sürecinde karşılaştıkları olumsuz durumlarla ve yüklenmek zorunda kaldıkları sorumluluklarla baş edebilmeleri için psikososyal uyumun sağlanması, duygusal, psikiyatrik ve bilişsel sorunların giderilmesi için tıbbi sosyal hizmet uzmanlarınca verilen psikososyal destek hizmetlerinin rolleri son derece önemlidir (Zengin, 2015).

2.YÖNTEM

Bu araştırma hemodiyaliz tedavisi uygulanmakta olan hastaların psikososyal sorunlarını gün yüzüne çıkararak bu sorunlara neden olan faktörlerin tespiti, önlenmesi ve hastaların psikososyal gereksinimlere yönelik tıbbi sosyal hizmet müdahale ve uygulamalarının önemi konusunda önerilerde bulunmak amacıyla gerçekleştirilen derinlemesine görüşmelerden oluşan durum çalışması desenli nitel bir çalışmadır (Yıldırım ve Şimşek, 2018). Bu araştırma amacına uygun olarak görüşme, sözlü iletişim yoluyla ve yüz yüze gerçekleştirilmiştir (Karasar, 2014). Katılımcıların araştırma konusuna ilişkin görüş, fikir, bakış açısı ve deneyimlerini ifade etmelerine olanak sağlanarak davranış, düşünce ve algıları ve tüm bunları yaşamlarına uygulama biçimleri hakkında bilgi alınmıştır.

2.1.Veri Toplama Yöntemi ve Süreci

Bu çalışmanın verileri Zonguldak ilinde bulunan bir özel diyaliz merkezinde hemodiyaliz (HD) tedavisi almakta olan hastalardan toplam 12 hasta ile görüşmeler yapılarak toplanmıştır. Nitel veri toplama yöntemlerinden biri olan yarı yapılandırılmış görüşme tekniği, görüşme esnasında kişilere yöneltilmesi planlanan sorular ve konular formunu kapsamaktadır (Patton, 2005). Araştırma çalışma grubu ile sınırlandırılmış nitel bir çalışma olması sebebiyle evrenin tamamını temsil iddiası taşımamaktadır. Araştırmaya katılım gösteren kişilerle başvuru özel diyaliz merkezinden yapılan yönlendirilme neticesinde önceden

randevu alınarak, katılımcıların isteği üzerine tedavi gördükleri diyaliz ünitesinde, HD tedavi seanslarının uygulandığı zaman diliminde gerçekleştirilmiştir. Yapılan görüşmeler katılımcılardan alınan onam dahilinde ses kayıt cihazı ile kayıt altına alınarak daha sonra yazıya geçirilmiştir. Elde edilen bilgiler, gerekli çözümlemeler yapıldıktan sonra raporlaştırılmıştır. Bu amaçla veriler toplamda yedi kategoride sınıflandırılmıştır. Yapılan çalışmada katılımcılara aşağıdaki sorular yöneltilmiştir:

1. Hastalığınız sizin için ne anlam ifade ediyor?
2. Hastalığınız psikolojik ve duygusal olarak sizi nasıl etkiledi?
3. Böbrek hastalığı fiziksel olarak size nasıl hissettiriyor?
4. Tedavi süreci ile birlikte aile ve arkadaş ilişkilerinizde olumlu/olumsuz şekilde ne tür değişimler yaşandı?
5. Hastalığınız beslenmenizi nasıl etkiledi?
6. Hastalık ve diyaliz tedavisinin sosyoekonomik olarak etkilerinden bahsedebilir misiniz?
7. Aldığınız diyaliz tedavisi ile ilgili düşünceleriniz nelerdir?

2.2.Verilerin İşlenmesi ve Analizi

Araştırma verileri tematik analiz yapılarak işlenmiştir. Analizin ilk adımında, 12 katılımcı hasta (Tablo 1) ile yapılan derinlemesine görüşmelerde elde edilen ses kayıtları, yazılı metne dönüştürülmüştür. Her görüşme sonunda araştırmacının gözlemlerini içeren raporlar tutulmuştur. Ayrıca ses kayıtları dikkatlice dinlenerek içeriğe ilişkin notlar alınmıştır. Oluşturulan metnin detaylı incelenmesi sonrasında, “Katılımcılar için hastalığın anlamı (hastalık algısı), hastalığın ruhsal, fiziksel ve sosyal boyutu, hastalığın beslenme durumlarına etkisi, SDBH ve HD tedavisinin sosyoekonomik boyutu ve HD tedavisinden memnuniyet düzeyleri” araştırmanın temaları olarak belirlenmiştir. Sınıflandırılmış olan veri ve görüşme raporları ile tekrar okumalar yapılarak yorumlanmıştır ve son olarak sonuçlar raporlaştırılmıştır. Bu çalışmada oluşturulan temalar katılımcılara yöneltilen sorulardan düzenlenmiştir. Katılımcı hastaların görüşlerini yansıtmak amacıyla doğrudan alıntılara yer verilmiştir.

3.BULGULAR ve YORUMLAR

Nitel araştırma yöntemi kullanılarak gerçekleştirilmiş olan bu çalışmada HD tedavisi uygulanmakta olan hastalara ilişkin tanıtıcı bilgiler, özet niteliği göstermesi açısından Tablo 1’de sunulmuştur. Belirli bir çerçevede ele alınmak üzere görüşmeye katılım gösteren hastaların isimleri yerine; (P) kodu oluşturulmuş, her bir katılımcı 1,2,3... diye numaralandırılmıştır. Kodlar (P) ile

numaralar (1,2,3...) ile ve cinsiyetleri kadın (K), erkek (E) ile bir araya getirilerek (P1E), (P2K), (P3E) ... şeklinde kodlama yapılmıştır.

Tablo 1. Katılımcı Hastalara İlişkin Sosyodemografik Özellikler ve Hastalık Süreci ile İlgili Bilgiler

P (Katılımcı)	P1E	P2K	P3E	P4 E	P5 E	P6 E	P7 E	P8 K	P9 K	P10K	P11K	P12K
Yaş	69	61	47	69	74	65	64	57	65	64	32	69
Medeni Durum	Bekar	Bekar	Bekar	Evli	Evli	Evli	Evli	Evli	Bekar	Evli	Evli	Bekar
Aile Yapısı	Geniş	Çekirdek	Çekirdek	Geniş	Geniş	Çekirdek	Geniş	Geniş	Geniş	Çekirdek	Çekirdek	Çekirdek
Çocuk Sayısı	5	3	1	5	5	7	3	2	2	4	1	4
Öğrenim Durumu	İlköğl	Okur- yazar değil	Lise	İlköğl	Lisans	İlköğl	İlköğl	İlköğl	İlköğl	Okur- yazar	İlköğl	Okur- yazar değil
Meslek	Madenci	Ev Hanımı	Şoför	Garaj	Öğretmen	Madenci	Madenci	Ev Hanımı	Ev Hanımı	Ev Hanımı	Ev Hanımı	Ev Hanımı
Çalışma Durumu	Çalışmıyor, Emekli	Çalışmıyor, Emekli	Çalışmıyor, Emekli	Çalışmıyor, Emekli	Çalışmıyor Emekli	Çalışmıyor Emekli	Çalışmıyor Emekli	Çalışmıyor Emekli	Çalışmıyor Emekli	Çalışmıyor Emekli	Çalışmıyor	Çalışmıyor Emekli
Sosyal Güvence	SGK	SGK	SGK	SGK	SGK	SGK	SGK	SGK	SGK	SGK	Yapıl Kart	SGK
Aylık Gelir Düzeyi (TL)	4000	3250	10000	9000	9500	9500	9500	7000	5500	7500	3500	7500
İkamet Yeri	Köy	İlçe	İlçe	İlçe	İl	İlçe	İlçe	İlçe	İl	İlçe	İl	İlçe
Hemodiyaliz Tedavisi Aldığı Süre	1 ay	1 yıl	7 yıl	1 ay	7 yıl	8 yıl	5 yıl	10 ay	4 yıl 8 ay	4 yıl 6 ay	8 yıl, 6 ay	7 yıl
Bir haftada girdiği diyaliz ünitesi sayısı ve süresi	3 kez 4' er saat	3 kez 4' er saat	3 kez 4' er saat	3 kez 4' er saat	3 kez 4' er saat	3 kez 4' er saat	3 kez 4' er saat	3 kez 4' er saat	3 kez 4' er saat	3 kez 4' er saat	3 kez 4' er saat	3 kez 4' er saat
Başka Kronik Hastalığı Var mı? (Şeker, Tansiyon, Kalp Hast. vb.)	Evet	Evet	Evet	Evet	Evet	Evet	Evet	Evet	Evet	Evet	Hayır	Evet

3.1.Katılımcılar İçin Son Dönem Böbrek Hastalığı' nın Anlamı:

Tedavisinde makine ve sağlık personelinin desteğine ihtiyaç duyulan son dönem böbrek hastalığı (SDBH), hem hastaları hem de birlikte yaşadığı aile bireylerinin hayatlarını birçok açıdan etkilemektedir. Hastalık deneyimi kişiden kişiye farklılıklar göstermektedir ve bu farkı yaratan birçok faktör bireyin tepkisinde belirleyici rol oynar. Hastanın birey olarak hastalığına ilişkin yorumu,

algısı ve değerlendirmeleri, ortaya koyduğu duygusal ve davranışsal tepkileri, hastalık sürecine yönelik baş etme becerilerini, psikososyal durumlarını ve yaşam kalitelerini etkilemektedir (Kocaman ve ark., 2007). Yaşam mücadelesi verdikleri bu süreçte birçok sorunla baş etmek durumunda kalan hastaların, hastalık hakkındaki düşünceleri, tıbbi sosyal hizmet uzmanları için hastalara psikososyal destek sağlayabilmek adına önem arz etmektedir. Bu çerçevede, hastalığı ve Hemodiyaliz (HD) tedavi sürecini bizzat yaşayan katılımcıların, hastalık hakkındaki düşüncelerine yer verilmiştir.

Katılımcılardan birisi (P11K) *“Nasıl anlatayım ki ne diyeyim çok zor bu hastalık, çok yoruldum, vücudum da dayanmıyor zaten, dayanılmaz haldeyim, kurtulmak istiyorum bu hastalıktan”*.

1 ay önce hemodiyaliz tedavisi almaya başlamış 69 yaşındaki erkek katılımcı (P1E), son dönem böbrek hastalığının kendisi için ne anlama geldiğini ağlayarak *“Ambulansla getirmişler hastaneye. Yoğun bakıma aldılar beni, çok şişmişti vücudum, nefes alamıyordum. Makineye bağladılar yoksa ölürdüm şu ana kadar çoktan.”* şeklinde ifade ediyor.

Bir başka katılımcı yaşadığı problemi *“Nefes darlığı yaşıyorum, bacaklarım çok şişiyor, kana kana su içemiyorum.”* (P2K) şeklinde anlatırken 57 yaşındaki kadın katılımcı, *“Çok ağır bu hastalık daha yaşlı olan hastaları görüyorum giderek daha ağırlaşacak, daha da zorlaşacak anladığım kadarıyla. Önceleri kabul etmedim bu hastalığı, sürekli kafama takıyordum uyuyamıyordum. Mecbursun alışmak zorundasın yaşamak için.”*(P8K) şeklinde belirtmiştir.

64 yaşındaki erkek katılımcı hastalığın kendisi için anlamını, *“Öncesinde bu hastalık nasıl bir şey bilmiyordum, kontrollerimde böbrek yetmezliğin var diyalize girebilirsin ilerde diyorlardı ama doktorların dediklerini yapmadım, dedikleri başıma gelince gördüm çok sıkıntılı, kötü bir hastalık; ilk kez diyalize girmen gerekiyor dediklerinde çok fazla korktum. Ailem, komşular ‘diyalize giren ölüyor, sen diyalize dayanamazsın’ diyorlardı. Şu an alıştım ama yine de korkularım devam ediyor, istediğimi yiyemiyor istediğimi giyemiyor, istediğim yere gidemiyorum.”* (P7) şeklindeki ifadesiyle belirtirken; 65 yaşında kadın katılımcı da *“Bu hastalığın nasıl bir şey olduğunu başıma gelmeden önce bilmiyordum. “Fakir bir aileydik, annem rahatsızdı, maddi durumumuz iyi olmadığı için küçük bir çocukken işe başladım ağır işler yaptım, acaba onun için mi bu hastalık başıma geldi? 5.seneye giriyorum hemodiyalizde, artık moralimi bozmuyor ama diyalize başladığım ilk zamanlarda ölümle pençeleşiyordum, ölmekten korkuyordum.”*(P9) ifadesiyle dile getirmiştir.

Hastalık tanısını aldığı andan itibaren yaşadığı zorlu süreci, (P3E), *“Yüksek tansiyonum vardı kullandığım ilaçlardan oldu bu hastalık, ilk duydum şok oldum, başlarda çok isyan ettim. Boşandığım eşim beni çok üzdüğü için tansiyonum çok*

fazla yükseldi, bu kadar hızlı bozulmazdı belki böbreklerim. Ankara' ya gittim hemen biyopsi yaptılar ama sonucuyla yıkıldım; keşke hiç başıma gelmeseydi, arkadaşlarıma bakıyorum geziyorlar, çalışıyorlar, ben çalışmıyorum malulen emekli oldum, onları görünce çok üzüntü duyuyorum” şeklinde belirtirken, 74 yaşındaki erkek bir katılımcı ise; *“Bu hastalığın yaşatmadığı bir şey kalmadı, çok moral bozuyor, ölümü hatırlatıyor. Hastalığımı yeni öğrendiğim zamanlar çok üzüldüm, ölümden korktum ama çaresi olduğunu duyduğumda da sevinir gibi oldum. Şeker hastalığı ve yüksek tansiyon vardı bende doktorlar diyet yapmam için uyardı ama o zamanlar dediklerine pek uymamıştım”*. (P5) şeklinde ifade ederken, 69 yaşındaki bir diğer katılımcı ise; *“Alışmaya çalışıyorum daha yeniyim ama korkmuyorum, ne gelecekse Allah' tan. Özellikle diyalize geleceğim günlerde içimde bir sıkıntı oluyor, dün gece hiç uyuyamadım”* (P4E) şeklinde ve 65 yaşındaki erkek katılımcı ise; *“Aslında hastalığı önceden de biliyordum bütün sülalemizde hatta torunlarda bile var, eşim hariç herkeste var bu hastalık. Bir gün fenalaştım, nefes alamıyordum acile götürdüler, orada diyalize gireceksin artık dediler, şok geçirdim kabullenemedim; şu an diyalize alışımdı, sorun yaşamıyorum ama eskisi gibi değilim her şeyi unutmaya başladım.”* (P6) ifadesiyle dile getirmiştir.

Çalışmaya katılan son dönem böbrek hastalığı tanılı bireylerin, kişisel deneyimleri, bilgi, değer ve gereksinimlerinin bilişsel ifadesini tanımlayan hastalık algılarının, hastalığı kabul etmede zorlanma, haftanın belli günleri makine ve sağlık personeline bağımlı yaşama ve hastalığa bağlı yaşadıkları fiziksel, ruhsal ve sosyal sorunlar nedeniyle olumsuz olduğu gözlemlenmiştir.

3.2.Hastalığın psikolojik ve duygusal olarak katılımcılara etkileri:

Biyopsikososyal bir varlık olan insanın vücudunda oluşun her türlü fizyolojik, patolojik ya da hormonal değişiklikler organizmanın tüm sistemlerinde bozukluklara neden olmaktadır. Bu durum kişilerde psikolojik ve duygusal bozukluklar oluşmasına da sebep olabilmektedir. Hastalığa uyum sürecini etkileyen bu dönemde anksiyete, stres, korku ve çaresizlik gibi duygular kendini gösterir. Bu duygular isyan etmeleri, korku duymaları ve şaşkın hissetmelerinin yanında aileye yük olabilecekleri düşüncesi ile de ayrı bir endişe yaratır. Kaygı durumları uykusuzluk çekmelerine neden olabilir ve bu da mevcut güçsüzlük ve düşkünlük durumlarının daha da ilerlemesine neden olarak yaşam kalitelerini olumsuz etkileyebilir. Katılımcılar, SDBH' nın psikolojik ve duygusal olarak etkilerini şu ifadelerle açıklamışlardır:

Bir katılımcı, *“Çok korktum, günlerce hiç uyku girmede gözüme, karnım şişti, soluk alamadım, bu derdi çeken bilir. Daha çekimserim tanımıyorum buradaki herkesi, buradaki hemşireler, doktorlar çok iyi. Bu hastalık benim her şeyimi*

değiştirdi; yoğun bakımlık yaptı beni bu hastalık. 8 yıldır şeker hastalığım vardı ama doktorun dediği ilaçları bazen aldım bazen almadım, söylediklerini yapmadım. O yüzden bu hale düştüm.” (P1E) şeklinde ifade ederken, bir başka katılımcı ise “Aslında vakti zamanında beni çok uyardı doktorlarım, diyetime uymamı söylediler, ilaçları düzenli kullan dediler ama ben ihmal ettim ondan da geldi bu hastalık başıma”. (P4E) şeklindeki ifadesiyle yaşadığı ‘suçluluk’ duygusunu dile getirmiştir.

32 yaşındaki kadın katılımcı, “ Neydim ne oldum diyorum bazen eski zamanlarım geçiyor gözümün önünden, eski güzel anılarımı düşünüyorum. Şimdi istediğim hiçbir şeyi yapamıyorum.” (P11) şeklinde belirtirken bir diğer kadın katılımcı ise, “ Bazen çok üzülüyorum, evimin işini bile yaptırmıyor bu hastalık; evde nefesim sıkışıyor, eskiden çarşıya pazara gidiyordum, geziyordum. Geceleri uyuyamıyorum. Yatakta daralıyorum, sıkıntı geliyor, uyku hapı içiyorum.” (P10) şeklinde dile getirmiştir. Yaşadığı uyku problemini vurgulayan başka bir katılımcı ise, “Geceleri uyuyamıyorum, özellikle son 1 aydır sürekli bir endişe, korku var içimde, yalnız kalınca daha çok oluyor. Destek almak için hastaneye başvurmadım, ailemle konuşuyorum geçer diye bekliyorum.” (P7E) şeklinde belirtilmiştir.

65 yaşındaki kadın katılımcı, “Hastalığınız psikolojik ve duygusal olarak sizi nasıl etkiledi? sorusunu; “Diyaliz sanki bir işkence, çocuklar olmasa ya da evli olsalar çok önemli değil yaşayıp yaşamamam, diyaliz olmasa ölürüm biliyorum. Çocuklara moralim bozuluyor bazen sürekli işleri yok, bazen çok geç geliyorlar eve, kavgaya mı karıştılar ki diyorum. Çocuklardan biri geçici işlerde çalışıyor fakat küçüğü bana bakıyor hastaneye yattığım zaman o refakat ediyor. Bana baktığı için düzenli işe de giremiyor, tabi işveren yanında sürekli çalışacak birini ister. Doğru düzgün işleri olmadığı için evlenemiyorlar, iş olmadan aş olmaz ama ‘evlenirsek eşlerimiz sana bakar mı güvenemiyoruz’ diye de evlenmediklerini söylüyorlar.” (P9) şeklinde yanıtlarken; diğer bir katılımcı “Sürekli üzgün ve moralsiz hissediyorum.”(P5E) şeklinde, başka bir katılımcı ise; “Haftanın 3 günü git gel yoruldum, artık evimde olmak istiyorum, yıprandım artık, mutsuzum, üzgünüm sürekli.” (P11K) cümleleriyle hastalığın yaşattığı emosyonel duruma dair ifadelerini dile getirmişlerdir.

Kronik hastalıklar genel olarak yaşlı popülasyonda daha yaygın görülmektedir. Yaşlı hastalarda yaşa bağlı fiziksel fonksiyon kaybının yanı sıra SDBH’ na bağlı diğer olumsuz etmenler bakım verici gereksinimlerini de artırmaktadır. Çeşitli nedenlerle aile yakınlarından gerekli bakım desteğini göremeyen hastaların bakım ihtiyaçları, yaşlının huzurevinde yaşamaya ilişkin olumsuz tutumlarından dolayı kendi evlerinde akraba dışı bakıcılar vasıtasıyla gerçekleştirilebilmektedir. Arpacı ve Ersoy (2009)’ nin yaptıkları çalışmalarında;

yaşlıların sağlık durumuna göre huzurevinde yaşamaya ilişkin görüşleri üzerinde yaşının cinsiyeti, çocuk sahibi olma ve sosyal güvencesi olma durumunun etkisinin olmadığı, ailesinin yaşlıyı istememesi durumunda yaşının huzurevinde yaşamaya yönelik olumlu bir tutum sergilemesinin eğitim düzeyi ile ilişkili olduğu bildirilmiştir. Son bir yıldır HD tedavisi uygulanan 61 yaşındaki kadın katılımcının, “Hastalığınız psikolojik ve duygusal olarak sizi nasıl etkiledi?” sorusuna yanıtı bu çalışma sonucunu destekler niteliktedir. P2, kodlu katılımcı; çocuklarının ona bakmadığını sadece geceleri eve gelen oğluyla kendi evinde yaşadığını ama bakıma ihtiyacı olduğundan maaşının karşılayabileceği meblağa ancak erkek bir bakıcı bulabildiğini her şeyi ile onun ilgilendiğini dile getiriyor ve ekliyor;

“*Halsizlik, yorgunluk var, tıkanıyorum, ayaklarımda aşırı ağrı oluyor. İlk zamanlar nefes alamadım, kanında mikrop var dediler. Çok zor bu hastalık. Üzüldüm ilk duyunca, bana bakacak kimsem de olmadığından. Hep başkasına muhtacım. Bacaklarım çok ağrıyor. Geceleri ağlıyorum, başıma gelenlerden dolayı mutsuz oluyorum, uyuyamıyorum*”. Ağlayarak şunları anlatıyor; “*4 yıl önce 35 yaşındaki oğlumu kaybettim o bana çok düşküncü, eşim de 52 yaşındayken kanserden öldü, diğer çocuklarıma çok kıızıyorum, bana bakmıyorlar. Bakıcım çok sinirli ama bana güzel bakıyor, en ufak bir şeye hemen sinirleniyor, bazen bana sinirlenince elinde ne varsa fırlatıp atıyor kırıyor ama sonra gönlümü alıyor tatlı diliyle, ben sinir hastasıyım diyor. Zaten o olmasa bakacak kimsem de yok. Oturduğumuz evi dişimizden tırnağımızdan artırıp aldık eşimle, huzurevine git diyorlar ama evi ve anılarımı bırakıp, oraya gitmeyi asla istemiyorum, gitsem bana iyi bakarlar mı bilmiyorum da*” (P2)

Tıp alanındaki gelişmeler, SDBH tanımlı hastaların yaşam sürelerini uzatmakta fakat tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de organ bağış sayılarının yetersiz olması nedeniyle tedavi seçeneği olarak böbrek nakli yapılan hasta sayısının az olması, diyaliz uygulanan hasta sayısının yoğunluğuna neden olmaktadır. Katılımcılardan P2K ve P3E, hastalığın psikolojik ve duygusal olarak etkilerini değerlendirmek amacıyla yöneltilen soruya cevaben böbrek naklini bir umut olarak gördüklerini fakat organ bağış sayısının düşük olmasından ötürü yaşadıkları ümitsizlik ve çaresizlik duygularını da belirtmişlerdir;

47 yaşındaki erkek katılımcı “*Zor hastalık bu, kimsem yok çalışmıyorum da evlenemiyorum da; kendi işlerimi kendim yapmaya çalışıyorum, belediye yemeğimi gönderiyor çoğu kez. Böbrek nakli için başvurduğum birkaç kez çağırdılar ama bana uymadı; çıkan böbrek başkasına uydu. Böbrek çıksa büyük bir şans olur benim için, piyangodan büyük ikramiye gibi bir şey bu*.” (P3) şeklinde ifade ederken, 61 yaşında kadın ve yalnız yaşayan katılımcı; “*Hastalık başıma geldiği zaman çok tedirgin oldum, çok korktum ecelim geldi*

artık dedim. Ama alıştım zamanla arkadaş olduk bu hastalıkla, yine de biliyorum bu hastalık ecelim olacak. Böbrek nakli için şehir dışındaki bir hastaneye kaydoldum ama bana sıra gelmiyor. Gençlere çıkıyor galiba, organ bağışlayan da çok az. Çocuklarımla da böbreklerinde kist var genetik bizim hastalığımız, bana böbrek veremediler o yüzden. Ölümü bekliyorum anlayacağın.”(P2) cümlesiyle dile getirmiştir.

3.3.Hastalığın fiziksel olarak katılımcılara hissettirdikleri:

SDBH nedeniyle ortaya çıkan halsizlik, güçsüzlük, enerji eksikliği ortaya çıkmakta, diyaliz tedavisi sonrası yaşadıkları tansiyon düşüklüğü, kramp, yorgunluk hissi gibi nedenlerle fiziksel olarak güçsüz hissetmekte, sosyal ortam ve aktivitelere katılamamaktadır. Yurtsever, (2003)’ in HD tedavisi uygulanan 120 hastayla yaptığı bir çalışmalarının sonucunda hastaların %92, 50’sinin yorgunluk ve gün içindeki fiziksel aktivitelerini yerine getirmekte güçlük yaşadıkları bildirilmiştir (Yurtsever, 2003). Bu araştırmanın yapıldığı hemodiyaliz merkezindeki katılımcıların, hastalığın katılımcılara fiziksel olarak hissettirdiklerine dair yanıtlarına aşağıda yer verilmiştir;

Katılımcılardan birisi (P9K), “ Şu an beni hiç etkilemiyor diyaliz. Bazen diyalizde tansiyonum düşüyor ama hemşireler yetiştiriyor, artık güveniyorum onlara, eskisi gibi korkmuyorum. Diyalizden çıktığım günler çok halsiz oluyorum, hiçbir şey yapamıyorum sadece yatıyorum, ertesi gün dönüyorum normal hayatıma. Ama diğer günlerde yemeğimizi yapabiliyorum, dinlene dinlene evi temizlemeye çalışıyorum, evi temizlemek için yardım edecek kimsem yok. Çok da iyi yapamıyorum, gücüm yettiği kadar, paspas sopasıyla yetişebildiğim yerleri siliyorum sadece. Bu hastalıktan önce bütün işleri ben yapıyordum, çarşıya, pazara gidiyordum. Artık doğru düzgün yürüyemiyorum bile hiç halim yok, kalçama ağrı giriyor yürürken. Gözlerim de iyi görmüyor yanımda birinin olması şart.”

Bir diğer katılımcı ise, “ Halsizlik, güçsüzlük oluyor, kızlarım bakıyor bana kendi kendime bir işimi halledemiyorum, onlar koluma girip getiriyorlar beni, ilaçlarımı da onlar veriyorlar, ben isimlerini bile bilmiyorum hangisini verirlerse içiyorum, zorlanmıyorum ama diyalizde tansiyonum düştüğü zaman dünyam kararıyor.” (P5E) şeklinde belirtiyor.

47 yaşındaki erkek, bekar katılımcı “ Halsizlik oluyor zaten ağır bir şey de kaldıramıyorum ama evdeki işlerimi kendi kendime yapabildiğim kadar yapıyorum.” (P3) ifadesiyle dile getirirken, 69 yaşındaki bekar, kadın katılımcı ise *“ Eşim 19 yıl önce vefat etti 1+1 evim var, tek başıma yaşıyorum. Arada elektrikli süpürgeyi açıyorum az bir yeri süpürüyorum, sonra kendimi yatağa atıyorum halsizlikten. Dinlene dinlene, az az yapmaya çalışıyorum evin işlerini.*

Azcık yemek yaparken, bir yandan da çıkan bulaşıkları yıkamaya çalışıyorum musluğun altında, sonradan unutuyorum çünkü.” (P12) şeklinde ifade etmiştir.

Bir başka katılımcı “*Böbrek hastalığı fiziksel olarak size nasıl hissettiriyor?” sorusuna yanıtı ise “ Dizlerimin dermanı yok, bacaklarımda güçsüzlük var, halsizim sürekli. Oğlum ve eşim evin temizliğini yapıyor ben oturduğum yerden yemeğimizi yapıyorum. Komşularıma, çocuklarıma, yani diyalizden başka bir yere gidemiyorum. Kolumda fistül var ya o beni çok rahatsız ediyor. Soğan bile doğrayamıyorum o elimle.”* (P10K) şeklinde olmuştur.

3.4.HD Tedavisinin Aile ve Arkadaş İlişkilerindeki Olumlu/Olumsuz Etkileri:

Hastalar HD günleri merkeze geliş-gidiş, HD de geçen sürenin toplamı kadar evlerinden ayrı kalmakta ve genelde HD sonrası kendilerini yorgun hissetmekte, dinlenmeye ihtiyaç duymaktadırlar. Hastalığa bağlı ya da ikincil sebeplerle çeşitli ağrılardan şikâyet edebilmektedirler. Hastaların sosyal hayatları kısıtlanmaktadır. Diyaliz günlerinin dışındaki zamanlarda da ağrı, halsizlik gibi şikayetleri olabildiği gibi bilinen baskılanmış bağışıklık durumlarından ötürü enfeksiyonlara karşı daha savunmasızdırlar. Araştırmamızdaki bazı katılımcıların da belirttiği gibi özellikle Kovid-19 Pandemisi’ nde olduğu gibi damlacık ve solunum yolu ile bulaşan mikroorganizmaların salgın hastalık yapabileceği kalabalık ortamlarda bulunmamaya çalıştıklarını ifade etmişlerdir;

Bir katılımcı “*Eşim vefat edeli çok oldu, 2 bekar oğlum var, onlarla yaşıyorum. Diyalizden çıktığım günlerde kahvaltı hazırlamış oluyorlar, beraber yiyoruz. Abim var, kardeşlerim var ama korona girdiğinden beri onlarla çok görüşemiyorum, onlar ‘biz kalabalık yerlere giriyoruz sana hastalık taşımayalım’ diyorlar ama korona’ dan önce evimize sık sık geliyorlardı. Diyalize girmeyen kişilerin de korona korkusu var zaten. Kızım hem küçük çocukları olduğu için hem de evi iki araç değiştirecek uzaklıkta olduğu için çok sık gelemiyor yanıma. Arkadaşım, komşum yok.”* (P9K) şeklinde belirtirken, başka bir katılımcı ise “*Arkadaş, akraba çevrem çok fazla ama çok gitmiyorum onların yanına, korku oluyor sürekli bir şey olursa bana diye. Eşim yemeğimi temizliğimi yapıyor, iyi bakıyor bana. Diyalizden çıktığım günlerde halsiz oluyorum çoğu zaman. Arkadaşlarımla genelde telefonla görüşüyorum, onlar bana gel diyor ama ben hem enfeksiyon kaparım diye hem de çok yorgunum diye gitmiyorum yanlarına.”* (P7E) ifadesiyle dile getirmiştir.

Yaşanılan toplumun kültürel özelliklerin yanı sıra, toplumun kadın-erkek cinsiyetine yüklediği, karı-koca, anne- baba rollerinin yanı sıra geleneksel bir yaklaşımla erkek cinsiyetin eve ekonomik katkı sağlama, ev idaresini sürdürme; kadın cinsiyetin temizlik, yemek yapma v.s. gibi; ev işlerine ilişkin rollerindeki

değişiklikler de hastalara ek stres yükünü artırmakta hastalıkla mücadele ederken yaşamlarını zorlaştırmaktadır. Kronik böbrek hastalığı ve HD tedavisi sürecinde hastanın mikro çevresindeki aile üyeleri ve özellikle eşi hastalıkla mücadele etmesine katkı sağlayan en büyük sosyal destek kaynaklarıdır. Evlilik içinde pek çok farklı duyguyu barındırabildiği gibi bazı sorumluluk ve fedakârlık gerektirmektedir. Günümüzde özellikle teknolojik gelişmeler ve toplumsal yapıdaki değişimler evliliği ve eşler arasındaki ilişkiyi de etkilemektedir. Kişiler, ailesine, eşine ve hatta kendine bile yabancılaşma eğilimi gösterebilmektedir. Bu durum bireysel, sosyal ve toplumsal sorunlara da neden olabilmektedir (Kibaroglu ve Ersoy, 2019). Karı koca arasındaki yabancılaşma eşlerden birinin hastalanması durumunda hastalığa bağlı ortaya çıkan olumsuz faktörlerin de etkisiyle daha da derinleşerek evliliklerinin sonlanmasıyla sonuçlanabilmektedir. 47 yaşındaki erkek katılımcı, “HD tedavisinin aile ve arkadaş ilişkilerindeki olumsuz etkileri” başlığı altında ele aldığımız bu durumu şu şekilde tarif ediyor:

“ Eşim beni terk etti, hasta olduğum için değil belki ama bence sağlıklı olsaydım bu evlilik bitmezdi, hastalık nedeniyle aramızdaki ilişki olumsuz etkilendi. Bir kızım var ayrıldığım eşimden ama o annesiyle kalıyor, annesi başka biriyle evlendi. Annesi de kızım da hastalığımın başladığı sırada bana destek olmadılar. Kızımla arada sırada telefonda görüşüyorum. Yalnız yaşıyorum, diyaliz olduğum için şehir dışına da gidemiyorum zaten. Arkadaşlarım hastayım diye eskisine göre daha iyi davranıyorlar bana, enfeksiyon kaparım diye korktuğumdan eskisi gibi çok kalabalık ortamlara girmek istemiyorum. Onlar arada arayıp soruyorlar.” (P3)

Kronik bir hastalıkla yaşıyor olmak kişilerin sosyal aktivitelerini kısıtlar, sosyal alanlarını daraltır ve sosyal ilişkileri de sınırlandıran birtakım engeller doğurur. Kişi yorgunluk, güçsüzlük ve yüksek kaygı düzeyinin neden olduğu mutsuzluk tablosundan ötürü sosyal çevresinden uzaklaşmaya başlayacağı gibi, dahil olduğu sosyal çevredeki kişilerin yansıttıkları acıma duyguları nedeniyle içine kapanık bir davranış sergiler hale gelebilir. Genellikle aynı ya da benzer bir böbrek hastalığı olan aile ya da yakın çevrelerindeki başka bir birey/bireyler varsa, süreç içinde SDBH tanısı olan başka kişilerle tanışmışsa hastalığa ve tedaviye uyum düzeyleri daha olumludur. Yine hastaların maneviyatlarının güçlü olması ve dini inanışları da hastalıkla başa çıkmada önemli bir etmendir. Eşler, diğer aile üyeleri, arkadaş, komşu ya da diğer sosyal ortam paydaşları, aynı hastalığa sahip bireylerden oluşan tanıdıklar, hastanın dini ve manevi duygularının verdiği güç önemli sosyal destek kaynakları olarak belirtilebilir. Bu bağlamda diğer katılımcıların ifadelerine aşağıda yer verilmiştir:

1 ay önce HD tedavisine başlanan 69 yaşındaki diğer erkek katılımcı; ‘ ‘Ağrım sızım yok ama ister istemez bir çöküntü oluyor hastalıkla beraber. Gelmişim 70

yaşıma, ölmekten de korkmuyorum. Allah' tan gelen bir şey bu; kabullenemesem ne geçecek elime". (P4) şeklinde belirtiyor.

Bir diğer katılımcı ise "Kızlarımdan biri öğretmen diğeri bana bakmak için işini bıraktı ikisi de bekar benim için evlenmiyorlar. İkisi de bana iyi bakıyor, diyalize getirip götürüyorlar. Köy öğretmeniyim ben çok çevrem vardı ama bu hastalıktan dolayı hiçbir yere gidesim gelmedi. Diyalize girdiğimden beri zaten gidemiyorum hiçbir yere, ama onlar arar sorarlar." (P5E)

65 yaşında evli ve erkek katılımcı "Ailemde bir tek eşimde yok bu hastalık, herkes bu hastalıkla yaşıyor ve herkes kendi derdinde, torunlarım dahi sürekli kontrol altında. Eşim bana çok iyi davranıyor ve çok iyi bakıyor hasta olduğum için de. Ailem, arkadaşlarımla ilişkilerimi olumsuz etkilemedi aslında ama diyalizden çıktığım günler o kadar halsiz oluyorum ki, kimseyle görüşecek gücüm kalmıyor, yatıyorum hep." (P6) şeklinde ifade ederken, 69 yaşındaki bir diğer katılımcı ise "Gelinlerim bakıyor bana, ben iyi davranırsam herkes iyi olur tabi. Oğullarımdan Allah razı olsun. Ben de onlara kredi çektim araba aldım. Maaşımı onlar alıyor, araba için çektiğim kredi de maaşımdan kesiliyor." (P1E) şeklinde ifade ediyor.

Bir diğer katılımcının, "Tedavi süreci ile birlikte aile ve arkadaş ilişkilerinizde olumlu/olumsuz şekilde ne tür değişimler yaşandı?" sorusuna "Bir derneğin yönetimindeydim öncesinde. Hastalıkla beraber diyalize girmeye başladığımdan beri yeteri kadar zaman bulamıyorum zaten diyaliz sonrası hiç halim kalmıyor. Arkadaşlarım bana değer veriyorlar sık sık arıyorlar". (P4E) şeklinde yanıt alınmış, 64 yaşındaki kadın katılımcı ise "Bu hastalıktan sonra eşim eskisinden daha iyi davranmaya başladı bana. Hiçbir yere gidemesem de komşularım geliyor arada, onlar da bana eskisine göre daha iyi davranıyorlar; ev işlerine bir yardımları dokunmuyor ama hâl hatır soruyorlar sağ olsunlar." (P10) şeklinde ifade etmiştir.

69 yaşındaki kadın katılımcı "Mahallede birkaç komşum var aramız iyi. Sırayla birbirimize gidip geliyoruz, diyalize girdiğimi biliyorlar, o günlerde gidemiyorum yanlarına, onlar da sık gelemiyorlar bana. Şehir dışında kızlarım var, evli onlar gelemiyor uzaktalar, çocukları var; bazen telefonlaşıyoruz. Ben de gidemiyorum başka şehirdeki diyaliz merkezine girince alışamıyorum, düzenim bozuluyor geriliyorum." (P12) şeklinde belirtiyor.

32 yaşındaki kadın katılımcı ise, "Eşimle, akrabalarımla bir plan yapamıyorum, şehir dışına çıkamıyorum, diyaliz gününe denk geliyor, diğer insanlar gibi yaşayamıyorum, istediğim hiçbir şeyi yapamıyorum. Eşimin bana karşı davranışlarında bir değişiklik olmadı, ilişkimiz eskiden nasılsa şimdi de öyle aslında. Böbrek verecek kimsem yok eşim de şeker hastası, kaydoldum çok önceden ama bana böbrek nakli sırası gelmedi." (P11) şeklinde dile getirirken,

61 yaşındaki bekar, kadın katılımcı ise “Çocuklarımdan çok şikayetçiyim, ölsem kalsam bakmazlar bana, bakıcım evi pırıl pırıl temizliyor yemekleri de benim tarifime göre yapıyor. Arada komşularım gelir bir kap yemek yapıp getirirler gelirken. Bakıcım çok sinirli ama çok hastalığım var benim sürekli hastaneye gelip gidiyorum o getiriyor, kanımda mikrop var dediklerinde yatırdılar, ameliyat olmam gerekti yatırdılar, hep o baktı bana. Kredi çektim ona arabasını değiştirdi. Maaşımdan kesiyor devlet krediyi.” (P2) ifade etmiştir.

3.5. Hastalık ve HD Tedavisinin Beslenme Durumu Üzerine Etkileri:

Böbrekleri yeterli düzeyde çalışmayan ve idrar çıkışları az ya da yeteri kadar olmayan bu hastalar, vücutlarında fazla miktarda sıvı ve zararlı maddelerin birikmesinin getirdiği sorunlar nedeniyle, belirtilen diyet planlarına ve düzenlenen ilaç tedavilerine uymak zorunda kalırlar. Stres, kaygı, endişe, bilinmezlik, suçluluk, sosyal yaşamın kısıtlanması, özgürlüğün kısıtlanması, umutlarının azalması gibi sorunlar, bireyde ve aile üyelerinde ortaya çıkan sıkıntı durumlarındadır. Diyet ve beslenme önerilerine uyum sağlamak hastanın iyilik halini artırarak ek sorunlar yaşamasının önüne geçecektir. Bu sorunların ortaya çıkmasını önlemek için birlikte yaşadığı kişilerin, verilen eğitimler doğrultusunda, hastaya beslenme ve diyet açısından destek olmaları da oldukça önemlidir. Katılımcılar yapılan görüşmelerde HD tedavisinin beslenme durumları üzerine olan etkilerini aşağıdaki ifadelerle söz anlatmışlardır:

Bir katılımcı “Tam da doktorların dediği gibi dikkat edemezsem de genellikle uyuyorum diyetime, gelinlerim az tuzlu yapıyor yemeği, zaten oğullarım da beni düşünüyor sakın tuz koyma yemeğine diye uyarıyorlar beni.” (P1E) şeklinde ifade ediyor, başka bir katılımcı ise “Diyalizden önce diyetime dikkat etmedim ama diyalizle beraber dikkat ediyorum; zaten kızlarım hazırlıyor yediriyor her şeyi, onların hazırladıklarından başka bir şey yemiyorum.” (P5E) şeklinde belirtmiştir.

Kadın katılımcılardan biri “Şeker hastası olduğum için iştahsızlık olmuyor, canımın istediği her şeyi yiyorum diyet yapamıyorum, bazen çok fazla suyu kaçırıyorum, yemeğin yanında ayran içtiğim zaman da oluyor. Fazla yemek yediğim ve su içtiğim zaman pişmanlık duyuyorum.” (P9) şeklinde ifade ederken, bir diğer kadın katılımcı ise “Bulantım, kusmam oluyor diyalize gireceğim günde de oluyor, diyalizden çıktığım günlerde de oluyor. Diyet yap diyorlar ama istediğim gibi yiyip içemiyorum zaten.” (P2) şeklinde belirtiyor.

74 yaşındaki başka bir katılımcı “Diyet yapmak zor ama mecburum. Eşim diyetime göre yapıyor yemekleri, onlar da benim için tuzsuz yiyorlar. Eskiden 110 kiloydum 84 kiloya düştüm. İlk başlarda çok bulantım oldu yiyemedim ama şimdi canım çekse de dikkat ediyorum fazla yemek yememeye, fazla su içmemeye

çalışıyorum.” (P6E) ifadesiyle dile getirirken, 32 yaşındaki kadın katılımcı “Diyete uymak çok zor, hele yaz geliyor kana kana, istediğin kadar su içemiyorsun o sıcakta. İçtiğin zaman ödem oluyor.” (P11) şeklinde ifade etmiştir.

Bir başka katılımcı hastalığın beslenme durumu üzerindeki etkisini “*Hastalığın ilk zamanlarında çok fazla bulantım kusmam oldu iştahsızdım; 85 kilodan 64 kiloya düştüm. Zamanla açıldı iştahım. Her şeyden canım istiyor. Yağlı, tuzlu yemekler de, bol bol meyve de yedim eskiden, zorlana zorlana alıştırdım kendimi diyetle, şimdi tuzlu, yağlı yemeği beğenmiyorum, çok alışmışım diyet yemeğe. Fazla sıvı almamam gerekiyor nefes alamıyorum yoksa, mesela komşularıma gidiyorum onlar normal yemekler ikram ediyorlar azıcık tadına bakıyorum, çayı bile onlara ayıp olmasın diye içiyorum, bir bardaktan fazlasını içmiyorum.” (P12K) şeklinde belirtmiştir.*

3.6. Hastalık ve HD Tedavisinin Sosyoekonomik Etkileri:

Bilindiği üzere kişilerin sosyoekonomik düzeyleri yaşam kaliteleri ve yaşam doyumunu üzerinde önemli etkiye sahiptir. Hastalık ve tedavinin beraberinde getirdiği güçsüzlük, halsizlik ya da diğer fiziksel kısıtlılıklar, kişilerin mesleki yeterliliğini bozabilir ya da diyaliz seansı esnasında ve sonrasında işe devamsızlığa neden olabilir ve genellikle iş kaybına neden olur. Hasta eve gelir kaynağı sağlayan kişi olduğunda ekonomik bir çöküntü meydana gelebileceği gibi hastanın bakım vericisinin iş kaybı da aynı ekonomik krize neden olabilecek konumdadır. Çalışmak ve karşılığını almak yaşam doyumunu için motivasyon artıran bir eylemken, iş kaybı ve maddi yetersizlikler de yaşam motivasyonunu azaltır, psikolojik iyilik halini de olumsuz etkiler. Kaybettiği işi nedeniyle ev ekonomisi de bozulan hasta tüm bu kriz durumlarıyla başa çıkmaya çalışmaktadır. Kronik böbrek yetmezliği kişinin günlük aktivitelerini ve mesleki yeterliliği bozmakta, aileyi de ağır şartlara maruz bırakmaktadır. Bununla birlikte hastaların sosyal yaşamlarında değişikliklere, ilişkilerin zayıflamasına ve birtakım kısıtlılıklara sebep olabilmektedir. Katılımcılar SDBH ve HD tedavisinin sosyoekonomik etkilerini şu cümlelerle ifade etmişlerdir;

Bir katılımcı, “*Hastalığın da diyalizin de bir masrafı olmadı bana, hepsini devlet karşılıyor. Diyaliz raporum olduğu için devlet, az da olsa maaş veriyor.” (P11K)*

Başka bir katılımcı ise “*Maddi olarak bir zararı olmadı bu hastalığın bana, devletten de Allah razı olsun.” (P5E) şeklinde ifade ediyor.*

65 yaşındaki kadın bir katılımcı “*Çocukların eline bakıyorum, evin ihtiyacı olan şeyi bazen bir hafta geçse de getiremiyorlar. Bazı ilaçlarım için para ödediklerini söylüyorlar. Hastaneye diyaliz günüm haricinde gitmem gerekirse dolmuşa, otobüse binemediğimden taksiye binmek zorunda kalıyorum, geçen*

hafta hastaneye gelip gitmek için 260 TL aldı taksici.” (P9) şeklinde belirtirken, bir diğer katılımcı “ Diyalize gelirken bizi araç alıyor, diyalizden çıkınca eve bırakıyor. Paralı olsaydı devlet böyle bir imkân tanımasaydı ne yapardık. Allah razı olsun. Zaten hastalık çok zor ama hiç para ödemiyoruz diyalizle ilgili bir şeye.” (P10K) şeklinde belirtmiştir.

69 yaşındaki katılımcı; ‘*‘Çok ilaç kullanıyorum ve bazı ilaçlardan çok fark çıkıyor bunun haricinde başka bir maddi yükü olmadı bu hastalığın bana”*. (P4E) şeklinde ifade ediyor, aynı yaştaki kadın bir katılımcı ise “*Bu hastalıktan dolayı halsiz güçsüzüm, başım döndü düştüm. Ayaklarımdan, bacağımdan ameliyat oldum, beynimden de ameliyat oldum düşünce. Kadın bakıcı 7000 TL istedi bu bakıcım erkek ama 3250 TL ye bakıyor bana. Haftada 1 defa 50 TL veriyorum mahalleden bir kadın banyomu yaptırıyor.”* (P12) şeklinde ifade etmiştir.

Ülkemizde, SDBH nedeniyle çalışamaz duruma gelen bireylerin, kazanç sağlayamamaları ve maddi açıdan olumsuz etkilenmeleri nedeniyle devletin geliştirdiği sosyal politikalar mevcuttur. Engel oranı %50 ve üzeri olan ve ağır engelli ibaresinin “evet” olduğu sağlık raporlarıyla Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Müdürlüklerinden evde bakım parası adı altında ekonomik yardım almaktadırlar. Bu paradan yararlanamayan hastalar ise kaymakamlıklara bağlı Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Vakfı’ndan 2022 sayılı kanun gereği tıbbi engellik oranlarına göre belirlenen, engelli ödemesi almaktadırlar.

Katılımcıların da ifade ettikleri gibi diyaliz merkezine ulaşım hizmetleri ve HD tedavisi için herhangi bir ücret ödememekte fakat alış-veriş yaptıkları eczanelerde bazı ilaçlar için çıkan fark miktarını ödemek durumunda kalmaktadırlar. Ayrıca özellikle hastalığın HD öncesi dönemlerinde, şehir içi ya da şehir dışındaki hastanelere sık müracaat etmek durumunda kaldıklarından artan ulaşım masrafları da maddi sıkıntılar yaşanmasına neden olabilmektedir.

3.7.Katılımcıların HD Tedavisinden Memnuniyet Durumları:

Hastalar, evleri ve birlikte yaşadıkları kişilerden sonra en çok diyaliz merkezinde bulunmakta ve diyaliz merkezi çalışanları ile iletişim kurmaktadırlar. Haftanın 3 günü 4’ er saat hem diyaliz personelleri hem de aynı seansta tedavi aldıkları diğer hastalarla etkileşime geçmektedirler. Hastaların genellikle tedavi, bakım ve destek hizmetleri sağlayan diyaliz ekibinden memnuniyet düzeyleri ile doğru orantılıdır. Bu ekiple aralarındaki pozitif etkileşim hastaların hastalığa ve tedaviye uyumunu da artırır. Katılımcılar yapılan görüşmelerde HD tedavisinden memnuniyet durumlarını şu ifadelerle dile getirmişlerdir;

P1E kodlu katılımcı; “*Diyalize girince elini ayağını bağlıyorlar dedi köydekiler. Çok korkuttular beni. Diyalize girdim de gençleştim ben. Diyalize*

girmesem öldüm gittiydim. Herkesten Allah razı olsun. Allah devletimize zeval vermesin.” şeklinde belirtiyor.

Bir başka katılımcı ise “ *Gelirken korkuyorum aslında tansiyonum düşer, bacaklarıma kramp girer diye ama bir yandan da seviniyorum rahat nefes alacağım, rahat uyuyabileceğim, halsizliğim geçecek diye. Çünkü diyalize girmediğimiz iki günde yediğim yemeklerden içtiğim sudan dolayı çok hasta oluyorum, diyalize geleceğim gün nefes darlığım oluyor, iyice güçsüzleşiyorum. Haftada 3 kez giriyorum diyalize ama sanki daha çok diyalize girsek daha sağlıklı.” (P12K) şeklinde ifade etmiştir.*

61 yaşındaki kadın katılımcının “Aldığınız diyaliz tedavisi ile ilgili düşünceleriniz nelerdir? ” sorusuna yanıtı “ *Bazen diyorum ki çok yorgunum sonraki diyalize girmesem olur mu? Ölürsün diyorlar.” (P2) şeklinde olmuştur.*

Bir başka katılımcı “ *Diyalize geleceğim günlerde mutlu oluyorum, nefes darlığım geçecek diye seviniyorum.” (P10K) şeklinde belirtirken, bir diğer katılımcı ise “ Diyaliz tedavisinden memnunum ama sürekli buraya, makineye bağlı yaşamak çok zor, hiçbir sosyal hayatım yok.” (P11K) şeklinde belirtmiştir.*

4,5 yılı aşkın bir süredir HD tedavisi uygulanmakta olan 65 yaşındaki katılımcı HD tedavisi ile ilgili düşüncelerini “*Bir gün gelemesem şişerim, idrarım yok. Diyaliz sayesinde nefes alabiliyorum. Bu diyaliz merkezindeki hemşirelere, personellere çok alıştım hepsini tanıyorum, başka yere gitsem yapamam, çok zorluk çekerim”.* (P9K) şeklinde ifade ederken, 7 yıldır HD tedavisi uygulanmakta olan 69 yaşındaki erkek katılımcı ise; “ *Diyalizdeki hemşirelerin hepsi benim kızım gibi buradaki herkes kendi çocuklarım gibi, burası benim ikinci evim, ailem. Herkesten Allah razı olsun. Diyaliz makinesi olmasa kanım temizlenemediği için öldürdüm.” (P5) şeklinde belirtiyor.*

Bir diğer katılımcı, “ *Diyaliz demek, yaşamak demek benim için.” (P8K) şeklinde ifade ediyor.*

Başka bir katılımcı “ *Böbrekler işini yapamıyor, idrar yok, diyaliz olmasa kanım temizlenemezse ölürüm. Allah razı olsun buradaki herkesten.” (P3E) cümleleriyle dile getirirken, 5 yıldır HD tedavisi uygulanmakta olan 64 yaşındaki katılımcı ise “ *Diyaliz almasam yaşayamam ölürüm biliyorum, diyaliz iyi geliyor bana burada çalışan hemşireler personeller güler yüzlü iyi bakıyorlar bize. Allah razı olsun onlardan, iyi ki varlar.” (P7E) şeklinde ifade etmiştir.**

4.SONUÇ ve ÖNERİLER

Hemodiyaliz tedavisi gören hastaların psikososyal gereksinimlerinin ortaya konulmasını amaçlayan bu çalışma kapsamında, hemodiyaliz tedavisi görmekte olan hastalarla tanışılmış, çalışmanın amacı hakkında bilgi verilerek gönüllü katılım sağlayanlarla birlikte bu çalışmanın verileri elde edilmiştir. Görüşmenin

yapıldığı 12 kişiye, yarı yapılandırılmış mülakat tekniği uygulanmış, elde edilen veriler araştırmacı tarafından, herhangi bir program olmadan, temalar oluşturularak analiz edilmiştir.

SDBH ve HD tedavisi, fiziksel ve ruhsal açıdan bireyleri ve bireylerin sosyal çevresini, yaşamın pek çok alanını ve bütüncül olarak yaşam kalitesini etkileme potansiyeline sahiptir. Katılımcılar hastalıkları nedeniyle tedavi gördükleri kuruma ve diyaliz makinesine bağımlı olarak yaşadıklarını, gündelik işlerini dahi diyaliz seanslarının dışında kalan günlere planlamaları gerektiğini iletmışlerdir. Hastalar genellikle ailesine ya da bakım vericisine bağlı bir durumdadır. Bu durum, beden gereksinimlerinin sağlanması için aile ya da bakım vericilerine muhtaçlık duygusunun yanı sıra maddi açıdan da yük olduğunu hisseden hasta için yıpratıcı olduğu gibi ‘mahcubiyet’ hissetme nedeni haline gelerek benlik saygısının azalmasına sebebiyet verebilmektedir.

HD tedavisi uygulanan hastalarda vücuttaki diğer organları da kaybetme endişesi, bu hastalığın kendi ihmalleri ya da başkalarının etkilerinden kaynaklandığını düşünmeleriyle gelişen suçluluk ya da kızgınlık gibi duygular yaşadıkları görülmüştür. Hastaların yaşam biçimi, aile düzeni ve duygu durumlarının da olumsuz etkilenmesine neden olmaktadır. Katılımcıların ifadeleri doğrultusunda; bir diyetle uyma zorunluluğu, umutsuzluk, üzüntü, geleceğe yönelik belirsizlikler, korkular, rol ve fonksiyon kaybı, tedavi için bir cihaza bağımlı olma, makine alarmlarının korku ve endişeye neden olması, ölüm korkusu, uyku problemleri, ekonomik güvence kaybı, fiziksel işlev kaybı ve beden imajının etkilenmesine neden olan olumsuz durumlarla karşı karşıya kaldıkları gözlemlenmiştir. Bu süreçte hastaların, fiziksel, psikolojik ve sosyal düzeni bozulmakta, kaygı, endişe ve belirsizlik meydana gelmektedir.

Hastaların yaşamlarını idame ettirebilmek için bir makineye ve ömür boyu kullanmak zorunda kaldıkları ilaç tedavilerine bağımlı olmaları, sıkıntı ve stres düzeyini artırmaktayken, aile üyelerinin de yaşam kalitesini azaltmaktadır. HD tedavisi uygulanan hastalar sosyal desteğe ihtiyaç duymaktadırlar. Aile üyeleri ve arkadaşları tarafından gördükleri desteğin, yalnızlık duygusuyla baş edebilmelerinde önemli bir faktör olduğu gözlemlenmiştir. Medeni durumları ile tedaviye verdikleri tepki arasında ilişki bulunmuştur. Evli olan hastalarla, bekar, boşanmış ya da eşi vefat etmiş hastalar arasında hastalıkla baş etme tepkileri açısından farklılar gözlemlenmiştir.

Hastaların cinsiyetlerine göre hastalıktan etkilenme durumlarının farklı olduğu belirlenmiştir. Erkek hastaların sosyal ilişkilerini kısıtlılıklar söz konusu olsa da ev dışında da devam ettirebildikleri görülmürken, kadın hastaların sosyal ilişkilerini daha çok evde devam ettirdiği görülmüştür. İş kaybı yaşayan ve çalışma hayatı sonlananlar erkek hastalardır, kadın hastalar arasında çalışan

kimse bulunmamaktadır. Ayrıca hastalıkları nedeniyle iş hayatlarına devam edemeyen hastaların, zamanından önce emekli olmalarına, meslek kaybı ve ekonomik yetersizlikler yaşamalarına neden olmuştur.

Hemodiyaliz hastalarının yaşlarına göre hastalıktan etkilenme durumları arasında farklılık görülmüştür. Özellikle yaşlı hastalardaki fiziksel fonksiyon kaybı, kemik ve kas ağrısına neden olan romatizmal hastalıklar, nörolojik hastalıklar, görme yetersizlikleri ve diğer olumsuz faktörlere eklenen böbrek hastalığı nedeniyle başkalarına olan bağımlılıklarını daha da artırarak psikososyal sorunların giderek artmasına sebebiyet vermektedir. Fakat genel olarak her yaş grubundaki tüm hastaların, fiziksel güç kaybı, tedaviden dolayı halsizlik ve yorgunluk yaşadığı da gözlemlenmiştir. Hastalıkla beraber hastalarının günlük aktivitelerini kısıtlanmış ve beslenme alışkanlıklarında değişime gitmek durumunda kalmışlardır.

Diyaliz hastalarının eğitim durumları ile hastalıktan etkilenme durumları arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır. Görüşme yapılan hastaların çoğunluğunu ilkökul mezunları oluşturmaktadır. Bu hastaların okuma yazma bilmeyen hastaya göre aynı şekilde tedaviyi kabul ettikleri, hastalıktan önceki sosyal hayatlarının aynı olduğu sosyal ilişkilerinin aynı olduğu görülmüştür.

Görüşme yapılan hastalardan 1'i köyde, 3'ü ilde, 8'i ilçede ikamet etmektedir. Çalışmaya katılanların ikamet ettikleri yer ile hastalıktan etkilenme durumu arasında anlamlı bir ilişki saptanmayıp il ve ilçede yaşayan hastalar, genel olarak eski sosyal yaşantıları aynı düzeyde sürdüremediklerini ifade etmişlerdir.

Hemodiyaliz hastalarının gelir durumlarına göre hastalıktan etkilenme durumlarına bakıldığında anlamlı bir fark görülmemiştir. SDBH' nın hastaları fiziksel güç kaybına uğrattığı, bu hastaların hastalıkla ve tedaviyle baş etmede zorluk yaşadıkları, tek başına HD tedavisinin ekonomik olarak ek bir masraf getirmediği, diyaliz tedavisi ve ulaşım hizmetlerinin sigorta kapsamında karşılandığı gözlemlenmiştir. Hastaların, HD dışındaki sebeplerle de hastaneye sık başvurdıkları, bu durumlarda ulaşım masraflarının ve aynı zamanda ilaç reçeteleri için eczanelerde yaptıkları fark ödemelerinin bütçelerini ekonomik yönden olumsuz etkilediği saptanmıştır.

Görüşme yapılan hemodiyaliz hastalarından 6'sı çekirdek aileye, 6'sı geniş aileye sahiptir. Geniş aileye sahip hemodiyaliz hastalarının çekirdek aileye göre sosyal destek sisteminin daha iyi olduğu, tedaviyi kabullenme ve tedaviye adapte olma durumlarını olumlu etkilediği görülmüştür.

Görüşme yapılan hastalardan 11' inin tansiyon ve şeker gibi ikinci bir kronik hastalığı bulunmaktadır. Katılımcılardan yalnızca 1 kişinin ikincil bir kronik hastalığı olmadığı saptanmış. HD' yi kabullenme dereceleri kıyaslanamamıştır.

Fakat tüm hastaların hastalığı ve HD tedavisini kabullenmede zorlandıkları görülmüştür.

Araştırma verilerinden elde edilen bilgiler sonucunda HD tedavisi uygulanan hastalar yaşam doyumu ve yaşam kalitesinin düşmesine neden olan birçok psikososyal sorun yaşamaktadır. Hastaların psikososyal ihtiyaçları doğrultusunda sosyal hizmet alanında yapılabilecek müdahalelere yönelik öneriler şu şekildedir:

- HD tedavisi uygulanan bireylerin biyopsikososyal süreçlerinde belirgin problemler yaşanmakta olduğundan, hastaların bütüncül değerlendirilmesi ve tedavi ekibi ile iş birliği içinde bakımının sağlanması gerekmektedir.
- Tüm dünyada olduğu gibi, ülkemizde de SDBH tanısı ve HD tedavisi uygulanan hasta sayısının oldukça yüksek olduğu göz önüne getirildiğinde, bu hastaların yaşam süresi ve yaşam kalitesinin artırılması amacıyla tıbbi tedavi ve bakım ihtiyaçlarının yanı sıra psikososyal gereksinimlerine yönelik sosyal hizmet müdahale ve uygulamaları da önemli bir etkiye sahiptir. Diğer sağlık alanlarında olduğu gibi nefrolojik sosyal hizmet alanında da hastaların, psikososyal gereksinimleri açısından tıbbi sosyal hizmet uzmanınca değerlendirilmesine ihtiyaç duyulmaktadır. Sağlık hizmeti veren kurumlarda sosyal hizmet uzmanlarının yeterli sayıda istihdamının ve tıbbi sosyal hizmet uzmanlarının psikolojik, sosyal ve ruhsal bozukluklara yönelik sosyal hizmet müdahalelerinin, tedaviden sağlanacak yararı, hastaların yaşam kalitesi ve doyumunu artıracakı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

1. Akdemir, N. ve Birol, L. (Eds.). (2003). Hemşirelik uygulamalarında temel kavramlar. İç hastalıkları ve hemşirelik bakımı. *Vehbi Koç Yayınları*; s. 3-24.
2. Arpacı, F. ve Ersoy, A.F. (2007). Kadının çalışmasının ailenin yaşam kalitesine etkisinin incelenmesi. *Aile ve Toplum*, 3 (11), 41-50.
3. Arpacı, F.ve Ersoy, A.F. (2009). Evde yaşayan yaşlıların huzurevinde yaşamaya ilişkin görüşleri. *Aile ve Toplum*, 5 (18), 87-98.
4. Çalışkan, M., Betül, A., Elvan, E., Dikeç, M., Dikeç, G., ve Yılmaz, M. (2022). Bir nefroloji kliniğinde istenen psikiyatri konsültasyonlarının değerlendirilmesi. *Karya Journal of Health Science*, 3(1), 1-5.
5. Çelik, H.C. ve Acar, T. (2007). Kronik hemodiyaliz hastalarında depresyon ve anksiyete düzeylerinin çeşitli değişkenlere göre incelenmesi. *Fırat Tıp Dergisi*, 12(1), 23-27.
6. Daugirdas, J.T., Blake, P.T. and Ing, T.S. (Eds.). (2003). Diyaliz El Kitabı. (S. Bozfakıoğlu, Çev.; 3.baskı, s.583-593). Güneş Kitabevi Ltd. Şti.
7. Gorman, L.M., Sultan D.F. and Raines M.L. (1996). Davis' s Manual of psychosocial nursing
8. in general patient care. *F A Davis Company*, 436-447.
9. Sarı, Ö. (2015). Sosyal boyutlarıyla kronik böbrek yetmezliği. *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal*
10. *Bilimler Dergisi*, 4(2), 72-77.
11. Jansen, D.L., Grootendorst, D.C., Rijken, M., Heijmans, M., Kaptein A.A., Boeschoten E.W.,
12. Dekker, F.W., Prepare-2 Study Group. (2010). Pre-dialysis patients' perceived autonomy, selfesteem and labor participation: Associations with illness perceptions and treatment perceptions. A cross-sectional study. *BMC Nephrology*, (11), 35-45.
13. Karasar, N. (2014). Bilimsel araştırma yöntemi. (27. Basım). Nobel Akademik Yayıncılık. Ankara.
14. Kibaroglu, S. ve Ersoy, A.F. (2019). Evlilikte eşler arası yabancılaşma: Nitel bir araştırma. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 6 (5), 407-417.
15. Krespi, MR., Bone, M., Ahmad, R., Worthington. and B., Salmon, P. (2008). Hemodiyaliz hastalarının yaşamlarının değerlendirmesi. *Türk Psikiyatri Dergisi*, 19(4), 365-372.
16. Kocaman, N., Özkan, M., Armay, Z. ve Özkan, S. (2007). Hastalık algısı ölçeğinin Türkçe uyarlamasının geçerlilik ve güvenilirlik çalışması. *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 8 (4), 271-280.

- 17.Türkiye’de Nefroloji, Diyaliz ve Transplantasyon, Registry 2021. T.C. Sağlık Bakanlığı ve Türk Nefroloji Derneği Ortak Raporu Ankara, 2022.
- 18.Okanlı, A., Erdem, N. ve Yılmaz, K.E. (2008). Hemodiyaliz hastalarında duygu kontrolü ve
- 19.Etkileyen faktörler. *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, (9),156-161.
- 20.Oğuz, G.Y. (2019). Diyaliz hastalarında sosyal bütünleşme ihtiyacı. *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi*, (5), 175-184.
- 21.Özer, D. ve Pasinlioğlu, T. (2009). Hemşireliğin kavramsal çerçevesinde spiritüalite. 5. *Ulusal*
- 22.*Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu Sempozyumu, Bildiri Kitabı*, s.118-124.
- 23.Özsoy, F. ve Kulu, M. (2020). Hemodiyaliz hastalarında bedensel duyumları büyüme ve
- 24.Somatizasyon. *Konuralp Medical Journal*, 12 (2), 276-281.
- 25.<https://dx.doi.org/10.18521/ktd.515659>
- 26.Öztürk, A., Altuntaş, Y., Özsan, M. ve Gündüz, E. (2009). Hemodiyaliz tedavisi alan kronik böbrek yetmezliği olgularının hastalıkları ve hemodiyaliz hakkındaki bilgi, tutum ve davranışlarının incelenmesi. *Erciyes Tıp Dergisi*, 31 (2), 119- 125.
- 27.Patton, M. Q. (2005). Qualitative research. New York: John Wiley and Sons, Ltd.
- 28.Utaş, C. ve Akpolat, T. (Eds). (2009). *Hemodiyalizin akut komplikasyonları*. Hemodiyaliz Hekimi El Kitabı. (2.baskı, s.69-80). Ceylan Ofset.
- 29.Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2018). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri. Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- 30.Yurtsever, S. (2003). Hemodiyaliz hastalarında yorgunluğun değerlendirilmesi. *Hemşirelikte*
- 31.*Araştırma Geliştirme Dergisi*, 5 (2), 3-12. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/hemarge/issue/52683/694655>
- 32.Zengin, O. (2015). Kronik böbrek yetmezliğinde çözüm odaklı kısa terapiye dayalı sosyal hizmet müdahalesi: Bir vaka sunumu. *Toplum ve Sosyal Hizmet*, 28 (2), 122-138.<https://dergipark.org.tr/tr/pub/tsh/issue/38627/448487>.
- 33.Zengin, O. ve Yıldırım, B. (2017). Hemodiyaliz hastalarının psikososyal sorunlarına ilişkin algıları. *Türk Nefroloji Diyaliz ve Transplantasyon Dergisi*, 26 (1), 67-73.

2. Bölüm

Öğrencilerin Akademik Beklentilere İlişkin Stres Düzeylerinin Yaşam Doyumuna Etkisi: Zonguldak Sağlık Meslek Lisesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma

Özlem DEMİR¹

Ali Fuat ERSOY²

¹ Yüksek Lisans Öğrencisi, Karabük Üniversitesi, ORCID 0000-0003-2703-4940

² Prof. Dr., Karabük Üniversitesi, İİBF Sosyal Hizmet Bölümü, ORCID 0000-0001-7665-6741

ÖZET

Bu çalışmada amaç, Zonguldak ilindeki sağlık meslek lisesi öğrencilerinin akademik beklentilerine ilişkin stres düzeylerini, çok boyutlu öğrenci yaşam doyumunun arkadaş, aile, okul, çevre ve benlik boyutuyla ilişkisinin olup olmadığını ortaya koymak ayrıca öğrencilerin akademik beklentilere ilişkin yaşadıkları stres düzeyinin yaşam doyumuna olan etkisini incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Okul sosyal hizmeti, öğrenci beklentileri

Giriş

Lise öğrenim dönemi, öğrencilerin fiziksel, ruhsal ve sosyal boyutlarıyla önemli değişim ve gelişim gösterdiği yaşamsal bir süreci kapsar. Ergenlik döneminin duygusal dalgalanmalarını yoğun yaşayan genç, kendini ve toplumu tanıma ve anlamlandırma çabası içindedir. Dolayısıyla hem özel hem de toplumsal boyutuyla rol karmaşası yaşamakta, geleceğe dair planlama ve sorumluluklarını da bu gelişimsel süreçte tayin etmektedir (Erikson, 1968). Öğrenciler, ergenlik döneminin ortaya çıkardığı etkilerle birlikte meslek seçimine yönelik karar ve hazırlıkları yaptıkları lise eğitimi döneminde, birçok sebepten yüksek strese maruz kalmaktadırlar. Folkman (1984)' a göre, stres, kişinin kendisi ve çevresi arasındaki etkileşimin dengesini tehdit eden ve mevcut kaynaklarını zorlayan içsel ve dışsal faktörlere yanıt olarak ortaya çıkar. Beden imajlarındaki değişim, okul eğitimindeki başarı düzeyleri, ebeveyn ilişkileri, arkadaş, öğretmen ilişkileri, ekonomik sorunlar, bağımsızlaşma çabası, gelecek beklentilerine yönelik kaygı ve kararsızlıkları, yoğun stres yaşamalarına sebep olabilecek etmenler arasındadır (Öktem, 2000). Öğrencilerin algıladıkları stres düzeyi, sağlığı fiziksel, psikolojik ve sosyal açıdan etkileyebileceği gibi akademik başarılarını da olumsuz olarak etkileyebilir. Bununla birlikte kendi akademik beklentilerini ve ev, okul ya da sosyal çevresindeki farklı akademik talepleri karşılayamama kaygısı da günlük yaşamlarındaki uyumlarını, ruh sağlıklarını ve genel iyi oluş düzeylerini olumsuz yönde etkileyebilmektedir (Bakker & Demerouti, 2017). Bu nedenlerle öğrencilerin akademik beklentilere ilişkin stres düzeyindeki artış, yaşam doyumlarının azalmasına yol açabilir.

Ülkemizde hem ülke ekonomisine katkı sağlamak hem de ara eleman yetiştirmek amacıyla öğrencilerin ilköğretim eğitimi sonrası aldıkları 4 yıllık eğitim ile meslek edinebilmeleri için farklı mesleki alanlarda eğitim veren birçok meslek lisesi mevcuttur. Sağlık meslek liseleri, sağlık hizmeti alanında ara eleman yetiştirmeyi hedefleyen genel meslek liseleri arasındadır (Bozkır, 2020). Bu okullarda öğrenim gören öğrenciler, eğitim almakta oldukları mesleki alanın kendilerine uygun olmadığını düşünmeleri, kendini gerçekleştirme ve geliştirmeye yönelik gereksinimlerindeki artış, düşük statü, iş bulma ve ekonomik kaygıları gibi nedenlerle yükseköğretim kurumlarından da eğitim almak istemekte ve üniversite giriş sınavı için hazırlanmaktadırlar. Meslek edindirme müfredatına göre öğrenim gören sağlık meslek lisesi öğrencileri, direkt meslek edindirmeye yönelik eğitim vermeyen genel liselerle (Anadolu lisesi, fen lisesi ve diğer genel liseler) aynı olmayan eğitim sistemleri nedeniyle üniversite giriş sınavında, kendisinin ve ailesinin beklediği başarıyı elde edemeyeceklerine dair stres yaşayabilmektedirler (Zeytin, 2015). Bu durum, genel liselerde öğrenim

gören öğrencilere göre daha fazla akademik stres yaşamalarına ve düşük yaşam doyumu algılamalarına neden olabilmektedir.

Öğrenciler lise döneminde, bedensel ve ruhsal değişimleri, akademik sorumlulukları, aile ve çevre beklentileri, karmaşık akran ilişkileri gibi nedenlerle sürece uyum sağlamalarını zorlaştıran olumlu ya da olumsuz stres kaynakları ile karşılaşabilmektedir (Çelikkaleli, Gökçakan ve Çapri, 2005). Öğrenci, yaşadığı stresle başa çıkmada yetersiz kaldığında, aile, okul ve diğer sosyal çevresiyle etkileşiminde ortaya çıkabilecek uyumsuzluk sorunlarının daha da ötesinde riskli davranışlar sergileyebilir (Patterson & McCubin, 1987). Alternatif başa çıkma davranışı olarak kullanılabilen bu riskli davranışlar, “okul kurallarına aykırı davranma, öfkeyi kontrol edememe ve kavgaya etme, tahrikçilik, uyuşturucu kullanma, kopya çekme, alkol, sigara vb. madde kullanımı, suç işleme, çete, hırsızlık ve zorbalık” şeklinde ortaya çıkabilmektedir (Adams & Berzonsky, 2003, Hurrelmann & Richter, 2006; Kaner, 1992).

Bu çalışmada amaç, Zonguldak ilindeki sağlık meslek lisesi öğrencilerinin akademik beklentilerine ilişkin stres düzeylerini, çok boyutlu öğrenci yaşam doyumunun arkadaş, aile, okul, çevre ve benlik boyutuyla ilişkisinin olup olmadığını ortaya koymak ayrıca öğrencilerin akademik beklentilere ilişkin yaşadıkları stres düzeyinin yaşam doyumuna olan etkisini incelemektir.

1. Akademik Beklentilere İlişkin Stres

Stres yaşatan bir olayla karşı karşıya gelen bireyin çeşitli fizyolojik ve ruhsal sorunlar yaşayabileceği ilk kez, Hans Selye tarafından yapılan çalışmalarda bildirilmiştir (Tuğrul, 2000). Akademik stres; zihinsel ve duygusal baskı, zorlanma ve gerginlik ile kendini gösteren, okul yaşamının taleplerine karşı oluşan bir stres türü olarak tanımlanmaktadır (Brouns, at al., 2008). Lal (2014), öğrencilerin akademik beklentilerine ilişkin stresi, ebeveynlerinin, öğretmenlerinin ve kendilerinin eğitim hayatlarındaki beklentilerine karşılık düşük akademik performans sergilemeleri durumunda başarısız olarak nitelendirilme, endişe, hayal kırıklığı ve üzüntü yaşama olasılıklarının yarattığı zihinsel sıkıntılar olarak tanımlamaktadır. Bu sıkıntılar öğrencinin stres düzeyini artırmaktadır. Öğrencide, strese neden olan kaynaklar arasında, mevcut eğitim sistemi, ödev yükünün fazla olması, yazılı ve sözlü sınavlar, ders çalışması için yapılan baskı, arkadaşlarıyla rekabet hali, başarısız olma korkusu, aile ve öğretmenlerinin beklentileri ve kendi gelecek beklentileri sıralanabilir. Bunların yanı sıra okul ortamını oluşturan idareci ve öğretmenleri ile iyi olmayan ilişkileri de öğrencide akademik strese neden olabilecek etmenler arasındadır (Leung & Shek, 2019; Sarita, 2015).

Aşırı stres, dikkat dağınıklığı ve başarısızlık gibi problemlere neden olabilir. Stres yaşayan bireyin gösterdiği psikolojik belirtilerden “kaygı, üzüntü ve öfkenin” uzun süre devam etmesi ve üstesinden gelinemez bir hal alması sonucu depresyon tablosuyla karşı karşıya kalınabilir (Yerlikaya, 2009). Özellikle ergenlik döneminin duygusal iniş çıkışlarını yaşayan lise öğrencileri; eğitim hayatının beklentileri, ebeveyn tutumları, akran ilişkileri gibi faktörlerle yoğun baskı ve stres hissedebilirler (Swanson, 2000). Eğitim hayatı boyunca yaşanan stres türleri arasındaki en önemli stres faktörünün akademik stres olduğu söylenebilir (Çelik, Akın ve Sarıçam, 2014).

Fields ve Prinz (1997), akademik stresi, öğrencinin hem fiziksel hem ruhsal yönden iyilik haline olumsuz etki eden önemli bir etmen olduğunu belirtmektedir. Öğrencilerin, depresyon ve endişe gibi ruhsal sorunlar yaşamasına neden olabilen akademik stres, kendilerine ilişkin beklentilerin ve aile-öğretmen beklentilerinin karşısında yetersiz ve güçsüz hissetmeleri sonucu ortaya çıkabilmektedir (Owen, at al., 2011). Anne babanın çocuklarının okul başarısı hakkındaki kaygılarını ifade etme biçimleri, arkadaş ve tanıdıklarının çocuklarıyla yarışarcasına başarı yakalama hedefleri, bilişsel düzeyde yıkıcı etki oluşturabilmektedir. Bir diğer akademik stres nedeni, öğrencilerin başarı düzeylerini tespit eden sınav sistemiyle ilişkili olup, düşük ya da geçerli notu alamama, başarısız görülme korkusu ve öğrencinin beklenti kaynaklarına karşı duyduğu utanma duygusundan kaynaklanmaktadır (Anand, 2013).

Katılımcılarını, American College Health Association’ın öğrencilerinin oluşturduğu bir çalışmanın sonucu, lise öğrencilerinin akademik başarılarına engel olabilecek en büyük nedenin algıladıkları akademik stres düzeyi olduğu bildirilmiştir (Kadapatti & Vijayalaxmi, 2012). Arthur (1998)’ a göre ergenlerde karşılaşılan depresif duygulanım etmenlerinden biri öğrencilerin algıladıkları akademik stres düzeyidir. Anand (2013), akademik stres sonucu vücut ağrıları, uyuşukluk, baş dönmesi, mide bulantısı gibi fiziksel etkiler, konsantrasyon bozukluğu, düşük benlik algısı, kaygı, hüzn, depresyon gibi psikolojik etkilerin yanı sıra alkol/sigara kullanımı, yeme bozukluğu, kendini soyutlama, akran zorbalığı gibi davranışsal etkilerin ortaya çıkabileceğini belirtmektedir.

2. Yaşam Doyumu

“Yaşam doyumu” kavramı ilk kez, Neugarten, Havighurst ve Tobin (1961) tarafından ortaya atılmıştır. Bireysel olarak farklı yaşam beklentisi arzuluyor olmak, kişilerin yaşam doyumu düzeylerinde farklılıklar görülmesine sebep olmaktadır (Gökmen, 2019). Lise dönemindeki öğrencilerin mutlu olabilmeleri ve bu döneme anlam kazandırabilmeleri için önemli olan unsurların başında da yaşam doyumu kavramı gelmektedir. Yaşam doyumu, kişinin mevcut yaşamına

dair genel yargıları ve değerlendirmeleri olup, yaşamdan duyulan memnuniyetin bilişsel düzeydeki karşılığıdır (Diener& Lucas, 1999). Bu tanım, belirli bir olay ya da nesneden hoşnut olma durumunu değil, kişinin tüm mevcut yaşamının bütününden duyduğu memnuniyeti ifade eder. Yaşam doyumu kişinin hayattan beklentileri, istekleri ve hedeflerinin ne kadarına ulaşmış olup olmadığıyla ilgili bir sonuca varmasıdır (Şahin, 2016). Yani bireyin yaşam doyumu, belirli standartlara göre belirlediği beklenti, istek ve hedefleri mevcut durumuyla uyumlu olması halinde yüksek olacaktır (Pavot, Sandvik &Diener, 2009).

Öğrenci yaşam doyumu, öğrencilerin psikolojik sağlığı ve mutluluk düzeyi ile ilgili bize mesajlar veren en önemli kavramlardan biridir. Lise eğitim dönemindeki öğrenciler, ergenliği de deneyimledikleri bu süreçte, eğitim hayatının beklentileri, gelişimsel dönemin getirdiği bedensel ve cinsel değişiklikler, duygusal çalkantılarının yaşattığı romantik bir ilişki kurma ve sürdürme isteği, gelecek planları yapma, iş ve meslek edinme ile ilgili endişeler, ailesinden bağımsız karar verebilme ve kendi kimliğini oluşturma çabası içindedirler (Swanson, 2000).

Dönmez (2007)'in lise öğrencilerinin yaşam doyumu ve duygularını ifade etme eğilimlerini atılganlık düzeylerine göre karşılaştırdığı çalışmasını Ankara'daki bir Anadolu Teknik ve Endüstri Meslek Lisesinde 402 öğrenci katılımcı ile yapmış, çalışma sonucunda, atılganlık düzeylerine göre öğrencilerin yaşam doyumu ölçeği puanları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki olduğu, atılganlık düzeyi yüksek olan öğrencilerin, atılganlık düzeyi düşük olan öğrencilere göre yaşam doyum puanlarının daha yüksek olduğu bulunmuştur.

Bölükbaşı (2017), lise öğrencilerinde kariyer uyumu, yaşam doyumu ilişkisinde iyimserlik ve umudun aracılı rolünü incelediği araştırmasında yaşam doyumu, kariyer uyumu, iyimserlik ve umudun birbirleri ile pozitif anlamlı ilişkili olduğu olduğunu bildirmiştir.

Çivitçi ve arkadaşlarının (2009), yaptığı çalışmada ise anne-babası boşanmış ve boşanmamış olan liseli ergenlerin yalnızlık ve genel yaşam doyumu düzeylerini inceledikleri çalışmalarının sonucunda, anne-babası boşanmış olan ergenlerde yalnızlığın yaşam doyumu üzerindeki olumsuz etkisinin anne-babası birlikte olan ergenlere göre daha fazla olduğu bildirilmiştir. Aynı çalışma, anne-babası boşanmış olan ergenlerin yalnızlık ve genel yaşam doyumu düzeylerinde cinsiyet, sınıf, birlikte kaldığı ebeveyn, diğer ebeveyni görme sıklığı ve ergenin anne-babası boşandığında bulunduğu yaşa göre anlamlı bir fark olmadığı, sadece kardeş sayısına göre anlamlı fark bulunduğu saptanmıştır.

3. Konu ile İlgili Yapılmış Bazı Araştırmalar ve Araştırma Hipotezleri

3.1. Konu ile İlgili Yapılmış Bazı Araştırmalar

Literatür incelendiğinde öğrencilerin akademik beklentilere ilişkin stres düzeylerinin aile/öğretmen beklentilerinde ve kendi beklentilerinde algılanan stres boyutları ile öğrencilerin yaşam doyumları arasındaki ilişkiyi inceleyen sınırlı sayıda çalışmaya rastlanmıştır. Araştırmamızın bu bölümünde, öğrencilerin akademik beklentilerine ilişkin stres düzeylerinin ve ilişkilerinin incelendiği bazı çalışmalara ve incelenen araştırmalardan elde edilen bulgular sonucunda oluşturulan hipotezlere yer verilecektir.

Calaguas (2011) ve Zeytin (2015), okul türünü değişken olarak inceledikleri çalışmalarında, genel lise eğitim müfredatına göre eğitim gören öğrencilerin akademik beklentilerine ilişkin stres düzeyinin, mesleki eğitim müfredatına göre eğitim alan öğrencilerden daha yüksek olduğunu bildirmişlerdir. Riuttala (2006)'nın yaptığı bir araştırma sonucunda ise genel lise öğrencilerinin, meslek lisesi öğrencilerine göre daha fazla stres yaşamalarına rağmen yaşam doyumlarının genel lise öğrencilerinden daha yüksek olduğu bildirilmektedir.

Cerede ve arkadaşlarının (2015), yapmış oldukları çalışmalarında ergenlerin akademik başarısı ile yaşam doyumları arasındaki ilişki inceledikleri araştırmanın analizi çelişkili sonuçlar ortaya çıkarmıştır. Sonuçlar doğrultusunda akademik başarı ile öğrencilerin yaşam doyumları arasındaki ilişkinin yordayıcısı olarak yalnızca annelerin eğitiminin işlev gördüğü, babaların eğitim düzeyleri ilgili ilişkinin önemli bir yordayıcı olmadığını ortaya koyulmuştur.

Zeytin (2015), üniversiteye giriş sınavı hazırlık öğrencilerinin akademik beklentilere ilişkin stres düzeyleri ile öznel iyi oluş düzeyleri arasındaki ilişkinin bazı demografik değişkenler açısından incelediği araştırmasında, öğrencilerin akademik beklentilere ilişkin stres düzeyleri üzerinde cinsiyet, baba eğitim durumu, sosyo-ekonomik durum, okul türü, algılanan başarı düzeyi değişkenleri, anlamlı farklılık yaratırken, anne eğitim durumu, mezuniyet ve özel ders alma durumu değişkenlerinin anlamlı farklılık yaratmadıklarını tespit etmiştir.

Sun ve arkadaşlarının (2013), Çin kırsal ve kentsel bölgelerinde okuyan 1627 ergenin algıladıkları akademik stres faktörlerini ortaya koymak amacıyla yaptıkları çalışmalarında, okulun kırsal alanda bulunması, okul bağlılık oranının düşük olması, başarı notlarının düşük olması, cinsiyet, ileri yaş ve öğretmen ve akranları ile yaşanan duygusal çatışmaların sıklığı akademik stresi açıklayan önemli nedenler arasında gösterilmiştir. Bunun yanı sıra kadın öğrencilerin erkek öğrencilere oranla daha fazla akademik stres yaşadıkları da bildirilmiştir. Ayrıca yapılan araştırma analizlerinin sonucu, aile ve ebeveyn ilişkilerinin, öğrencilerin

algıladıkları akademik stres düzeyine etkisi olmadığını yönünde çıkarımda bulunmaktadır.

Öğrencilerin akademik stres yaşamalarına sebep olan etmenleri araştıran bir başka çalışmada ise, araştırmaya katılım sağlayan 360 üniversite öncesi öğrenciye “Çalışma Alışkanlıkları Programı, Çalışma Sorunları Programı ve Öğrencilerin Kişisel Sorunları Envanterleri” uygulanmış analiz sonuçları, yüksek beklenti, kötü çalışma alışkanlıkları, öğretim ortamı içerisinde değişim ve düşük sosyo-ekonomik koşullara bağlı olarak öğrencilerin akademik stres yaşadıklarını bildirmişlerdir (Kadapatti & Vijayalaxmi, 2012).

Batıgün ve Kayış (2014), 18-30 yaş aralığında toplam 2057 öğrenci ile yaptıkları çalışmada; öğrencilerde stres oluşturan nedenleri, kişilerarası ilişki tarzları ve sosyal problem çözme becerileri arasındaki ilişkileri saptama amacıyla yaptıkları çalışmalarında, stres faktörlerinin cinsiyet ve öğretim türü gibi demografik değişkenlerle arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Araştırma sonuçlarına göre pek çok stres oluşturunca faktör alt ölçeğinde kadınların erkeklerden anlamlı düzeyde yüksek puan aldıkları tespit edilmiştir. Ayrıca, “akademik sorunlar” alt boyutunda da I. öğretimdeki öğrencilerin, II. öğretimdeki öğrencilerden daha yüksek puan aldıkları saptanmıştır. Bazı demografik değişkenler, cinsiyet, ele geçen aylık toplam gelir, anne eğitim durumu, üniversite yaşamından memnuniyet, ders başarı ve problem çözme yaklaşımları ile bazı kişilerarası ilişki tarzlarının öğrencilerin stres puanlarını yordadığı saptanmıştır.

Sharma ve Tanmeet (2012)’in ergenler arasındaki algılanan sosyal destek ve akademik stres arasındaki ilişkiyi inceleme amacıyla 280 ergen katılımcı ile gerçekleştirdikleri “Ergenlerde Algılanan Sosyal Destek ile Akademik Stresin Rolü” isimli çalışmalarında ise, algılanan sosyal desteği yüksek düzeyde olan ergenlerin akademik stresin düzeyini anlamlı olarak azalttığını ve psikolojik ve sosyal işlevselliğini arttırdığını bildirmişlerdir.

3.2.Hipotezler

İncelenen araştırmalardan elde edilen bulgular sonucunda çalışmanın hipotezleri aşağıdaki şekilde oluşturulmuştur.

H1: öğrencilerin aile/öğretmen beklentilerinde algıladığı stres yaşam doyumunun arkadaş boyutunu olumsuz etkiler.

H2: öğrencilerin aile/öğretmen beklentilerinde algıladığı stres yaşam doyumunun aile boyutunu olumsuz etkiler.

H3: öğrencilerin aile/öğretmen beklentilerinde algıladığı stres yaşam doyumunun okul boyutunu olumsuz etkiler.

H4: öğrencilerin aile/öğretmen beklentilerinde algıladığı stres yaşam doyumunun çevre boyutunu olumsuz etkiler.

H5: öğrencilerin aile/öğretmen beklentilerinde algıladığı stres yaşam doyumunun benlik boyutunu olumsuz etkiler.

H6: öğrencilerin kendine ilişkin beklentilerde algıladığı stres yaşam doyumunun arkadaş boyutunu olumsuz etkiler.

H7: öğrencilerin kendine ilişkin beklentilerde algıladığı stres yaşam doyumunun aile boyutunu olumsuz etkiler.

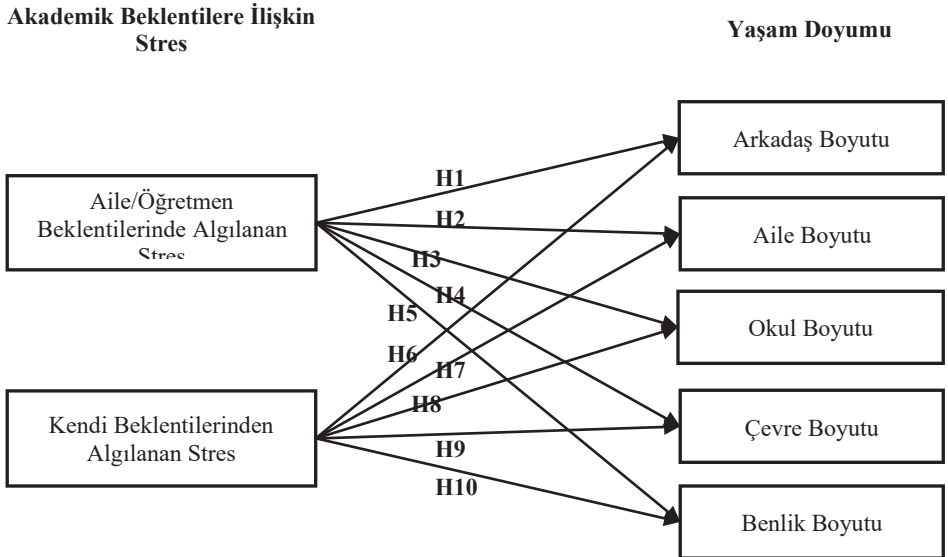
H8: öğrencilerin kendine ilişkin beklentilerde algıladığı stres yaşam doyumunun okul boyutunu olumsuz etkiler.

H9: öğrencilerin kendine ilişkin beklentilerde algıladığı stres yaşam doyumunun çevre boyutunu olumsuz etkiler.

H10: öğrencilerin kendine ilişkin beklentilerde algıladığı stres yaşam doyumunun benlik boyutunu olumsuz etkiler.

Hipotezler kapsamında araştırma öğrencilerin farklı boyutlara ilişkin algıladığı yaşam doyumunu akademik beklentilerde algılanan stresin ne şekilde etkilediğini belirlemeye çalışmaktadır. Hipotezlerin toplu şekilde gösterildiği araştırma modeli Şekil 1’de sunulmuştur.

Şekil 1. Araştırma Modeli



4. Araştırma Yöntemi

4.1. Evren ve örneklem

Çalışmanın evrenini, 2022-2023 eğitim ve öğretim yılında Zonguldak il merkezinde bulunan Sağlık Meslek Lisesi'nde öğrenime devam eden öğrenciler oluşturmuştur. Okulda toplam 337 öğrenci mevcudu bulunmaktadır. Çalışmanın yapıldığı 01.03.2023- 25.04.2023 tarihleri arasında, sağlık raporu ve diğer nedenlerle okula devamsızlığı bulunan ve araştırmaya katılmak istemeyen toplam 26 öğrenci araştırmaya dahil edilmemiştir. Toplam gönüllü olarak araştırmaya 310 öğrenci dahil edilmiştir.

4.2. Araştırmanın Veri Toplama Aracı, Kullanılan Ölçekler ve Analiz Yöntemi

Çalışmada niceliksel araştırma yöntemlerine uygun olarak yapılmıştır. Veri toplama amacıyla anket yöntemi kullanılmıştır. Anket formunun ilk bölümünde öğrencilerin araştırmacı tarafından oluşturulmuş olan öğrencilerin “Sosyo-Demografik ve Kişisel Bilgilerine” yönelik sorular, ikinci bölümde ise katılımcı öğrencilerin yaşam doyumunu belirlemek üzere 1994 yılında Huebner tarafından geliştirilmiş, 2007 yılında Asım Çivitçi tarafından Türkçe’ye uyarlanmış olan 36 maddeden oluşan “Çok Boyutlu Öğrenci Yaşam Doyum Ölçeği” ve öğrencilerin akademik beklentilerine ilişkin stres düzeyini belirlemek üzere Hülya Kelecioğlu tarafından geliştirilen 8 maddeden oluşan "Akademik Beklentilere İlişkin Stres Ölçeği"nden oluşan toplam 52 soruluk anket formu kullanılmıştır. Araştırmaya başlamadan önce ölçek sahiplerinden izin alınmıştır.

Çok boyutlu öğrenci yaşam doyum ölçeğinin Türkçe formu, dokuzu olumsuz, toplam 36 maddeden oluşmaktadır. Beş farklı alandaki (arkadaş, okul, yaşanılan çevre, aile ve benlik) yaşam doyumunu değerlendiren ölçek, dörtlü Likert tipi derecelendirmeye dayalıdır (1-Hiçbir zaman, 4- Her zaman, olumsuz maddelerde ise; 4-Hiçbir zaman, 1-Her zaman). Ölçeğin puanlamasında; alt boyutlarının ayrı ayrı ve ölçeğin genelinin puanı hesaplanmakta ve ölçekten alınan yüksek puanlar, yüksek yaşam doyumunu; düşük puanlar ise, düşük yaşam doyumunu ifade etmektedir.

Ölçeğin Alt Boyutları:

1. Arkadaş: Bu alt boyutta 1., 4., 11., 12., 15., 22., 27., 34. maddeler,
2. Okul: Bu alt boyutta 3., 6., 9., 13., 19., 21., 23., 24. maddeler,
3. Çevre: Bu alt boyutta 25., 29., 30., 32., 33., 35., 36. maddeler,
4. Aile: Bu alt boyutta 7., 8., 17., 18., 20., 26., 28. maddeler,
5. Benlik: 2., 5., 10., 14., 16., 31. maddeler yer almaktadır.

Akademik beklentilere ilişkin stres ölçeği, 2006 yılında Asyalı ortaokul ve lise öğrencilerinin, gerek kendilerinin gerekse de öğretmen ve aile gibi önemli gördüğü kişilerin beklentilerini karşılayamama konusunda yaşadıkları stresi ölçmek için Ang ve Huan (2006) tarafından geliştirilmiştir (“Academic Expectation Stress Inventory”). 2009 yılında Türkçe’ ye uyarlanmış olan “Akademik Beklentilere İlişkin Stres Ölçeği”, toplam 8 maddeden oluşmaktadır. 5’li likert tipli olan ölçek; hiçbir zaman (1), ara sıra (2), bazen (3), sıkı sıkı (4), her zaman (5) olarak kategorilendirilmiştir. “Aile/Öğretmen Beklentileri” ve “Kendine İlişkin Beklentileri” şeklinde iki boyutu vardır. Örnek maddeler olarak “Ailemin benden beklentilerini gerçekleştiremediğimde kendimi suçlarım” (aile/öğretmen beklentileri boyutu), “Sınavda yapabileceklerimi yapamadığım zaman gerginlik yaşarım” (kendine ilişkin beklentiler) gösterilebilir. Ölçekten hem toplam puan hem de alt boyutlara ilişkin puan alınabilmektedir. Ölçekte puanlar artması akademik stres düzeyinde artış olduğunu göstermektedir.

Sağlık meslek lisesi öğrencilerinin akademik beklentilerine ilişkin stres düzeylerinin yaşam doyumlarına etkisini değerlendirmek için ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır

5. Bulgular

Araştırmanın bu bölümünde katılımcıların demografik özelliklerine, değişkenlerin normal dağılım analizine, araştırmada kullanılan ölçeklerin yapısal geçerlilik ve güvenilirlik analizlerine ve hipotez testi sonuçlarına yer verilmiştir.

5.1. Demografik Değişkenler

Katılımcıların demografik özellikleri kapsamında cinsiyete, yaşa, aylık aile ortalama gelirine, yaşanılan yere, kaçınıcı sınıfta öğrenim gördüğüne, kardeş sayısına, anne babanın birlikte, boşanmış ve hayatta olma durumuna ve algıladıkları başarı düzeyine ilişkin bilgiler incelenmektedir. Demografik özelliklere göre dağılım Tablo 1’de gösterilmektedir.

Tablo 1. Öğrencilerin Demografik Dağılımı

Değişkenler	Kategori	Frekans	Yüzde
Cinsiyet	Kadın	198	63,9
	Erkek	112	36,1
Yaş	13 yaş	1	0,3
	14 yaş	45	14,5
	15 yaş	101	32,6
	16 yaş	109	35,2
	17 yaş	53	17,1
	18 yaş	1	0,3
Aylık Gelir	0-10.000 TL	148	47,7
	10.001-20.000 TL	120	38,7
	20.001-30.000 TL	30	9,7
	30.000 TL üzeri	12	3,9
Yaşanılan Yer	İl Merkez	187	60,3
	İlçe	88	28,4
	Köy	35	11,3
Sınıf	9.	95	30,6
	10.	96	31,0
	11.	118	38,1
	12.	1	0,3
Kardeş Sayısı	0	4	1,3
	1	33	10,6
	2	166	53,6
	3	80	25,8
	4	19	6,2
	5	6	1,9
	6	2	0,6
Anne-Baba Durumu	Birlikte	258	83,2
	Boşanmış	41	13,3
	Anne Vefat Etmiş	6	1,9
	Baba Vefat Etmiş	5	1,6
Başarı Düzeyi	Çok İyi	44	14,2
	İyi	111	35,8
	Normal	129	41,6
	Çok Kötü	26	8,4
Toplam		310	100,0

Tablo 1.'de görüldüğü gibi, katılımcıların %63,9 'nü kadın öğrenciler, %36,1'ini erkek öğrenciler oluşturmaktadır. 13 ve 16 yaşında 1'er öğrenci olmak üzere ortalama yaş aralığı 15,5 yıl olarak bulunmuştur. Katılımcıların %47,7' sinin aylık ortalama geliri 0-10.000 TL arası saptanmış olup, aylık ortalama aile gelirleri 10.000 ila 20.000 arasındaki katılımcıların oranı %38,7 ve %3,9' u da

30.000 TL' nin üzerinde aylık ortalama gelire sahiptir. Çalışmaya katılan öğrencilerin %60,3' ü il merkezinde, %11,3' ü köyde ikamet etmektedirler. Katılımcıların sınıf düzeylerine göre dağılımı değerlendirildiğinde 12. Sınıfta öğrenim gören öğrencilerden 1 kişi çalışmaya katılım sağlamış olup kardeşi olmayan öğrenci sayısı 4 iken 2 kardeşi bulunan öğrenci oranı %53,6 olarak belirlenmiştir. Anne babası boşanmış olan katılımcıların oranı %13,3, anne ya da babası vefat etmiş öğrenciler çalışmanın %3,5' unu oluşturmaktadır. Katılımcılardan %14,2' si algıladıkları başarı düzeyini “Çok iyi”, %8,4' ü “çok kötü” şeklinde belirtmişlerdir.

5.2. Normal Dağılım Analizi

Analizler öncesinde değişkenlerin parametrik testlere uygunluğunun belirlenmesi amacıyla normal dağılım testi gerçekleştirilmiştir. Değişkenlerin normalliği, istatistiksel veya grafiksel yöntemlerle değerlendirilebilmektedir. Normal dağılımın iki bileşeni olarak çarpıklık ve basıklık değerleri gösterilmektedir (Tabachnick ve Fidell, 2013). Bu çerçevede, araştırma kapsamında normal dağılım çarpıklık ve basıklık değerleri kapsamında incelenmiştir.

Tabachnick ve Fidell (2013), değişkenlerin normal dağılım şartını sağlaması için çarpıklık ve basıklık değerlerinin +1,5 ile -1,5 arasında olması gerektiğini belirtmektedir. Araştırmada kullanılan değişkenlere ilişkin hesaplanan çarpıklık ve basıklık değerleri Tablo 2'de gösterilmektedir.

Tablo 2. Ölçeklerin Çarpıklık ve Basıklık Değerleri

Değişken	Çarpıklık Değeri	Basıklık Değeri
Arkadaş	-0,961	0,391
Okul	0,265	-0,316
Çevre	-0,267	-0,668
Aile	-0,771	-0,391
Benlik	-0,642	-0,067
Aile/Öğretmen Beklentilerinde Algılanan Stres	0,136	-0,560
Kendi Beklentilerinde Algılanan Stres	-0,373	-0,646

Tablo 2 incelendiğinde hem çarpıklık hem de basıklık değerlerinin +1,5 ile -1,5 arasında olduğu görülmektedir. Bu bulguya göre araştırma kapsamında kullanılan değişkenlerin normal dağılıma sahip olduğu söylenebilmektedir.

5.3. Geçerlilik Analizi

Araştırma ölçekleri farklı çalışmalardan adapte edilmiştir. Bu nedenle yapısal geçerlilik için doğrulayıcı faktör analizi kullanılmıştır. Doğrulayıcı faktör analizi bulguları Tablo 3'te gösterilmektedir.

Tablo 3. Doğrulayıcı Faktör Analizi Bulguları

Ölçek Maddeleri	Faktör Yüğü	Standart Hata	t-değeri (CR)	Uyum İyiliğİ Değeri
Yaşam Doyumu				
Arkadaş				
1. CBOYDO1_ark	0,704**	-	-	$\chi^2 /sd = 1,617$
2. CBOYDO4_ark	0,522**	0,079	8,511	GFI=0,822
3. CBOYDO11_ark	0,649**	0,096	10,495	NFI=0,897
4. CBOYDO12_ark	0,677**	0,085	10,932	TLI=0,903
5. CBOYDO15_ark	0,769**	0,088	12,298	CFI=0,910
6. CBOYDO22_ark	0,523**	0,086	8,525	RMSEA=0,045
7. CBOYDO27_ark	0,717**	0,090	11,536	
8. CBOYDO34_ark	0,637**	0,092	10,310	
Okul				
9. CBOYDO3_okul	0,536**	-	-	
10. CBOYDO6_okul	0,585**	0,124	8,678	
11. CBOYDO9_okul	0,652**	0,124	9,624	
12. CBOYDO13_okul	0,661**	0,172	8,103	
13. CBOYDO19_okul	0,682**	0,153	8,249	
14. CBOYDO21_okul	0,729**	0,150	8,537	
15. CBOYDO23_okul	0,700**	0,151	8,364	
16. CBOYDO24_okul	0,567**	0,146	7,389	
Çevre				
17. CBOYDO25_çevre	0,600**	-	-	
18. CBOYDO29_çevre	0,748**	0,122	10,102	
19. CBOYDO30_çevre	0,759**	0,128	10,191	
20. CBOYDO32_çevre	0,612**	0,114	8,768	
21. CBOYDO33_çevre	0,677**	0,119	9,439	
22. CBOYDO35_çevre	0,572**	0,116	8,318	
23. CBOYDO36_çevre	0,791**	0,130	10,461	
Aile				
24. CBOYDO7_aile	0,749**	-	-	
25. CBOYDO8_aile	0,804**	0,074	14,099	
26. CBOYDO17_aile	0,729**	0,068	15,007	
27. CBOYDO18_aile	0,766**	0,076	13,388	
28. CBOYDO20_aile	0,741**	0,081	12,909	
29. CBOYDO26_aile	0,698**	0,075	12,110	
30. CBOYDO28_aile	0,767**	0,079	13,395	

Ölçek Maddeleri	Faktör Yüğü	Standart Hata	t-değeri (CR)	Uyum İyiliğı Değeri
Benlik				
31. CBOYDO2_benlik	0,789**	-	-	
32. CBOYDO5_benlik	0,603**	0,079	10,353	
33. CBOYDO10_benlik	0,582**	0,091	9,906	
34. CBOYDO14_benlik	0,668**	0,088	11,566	
35. CBOYDO16_benlik	0,757**	0,074	13,295	
36. CBOYDO31_benlik	0,575**	0,082	9,829	
Akademik Beklentilere İlişkin Stres				
Aile/Öğretmen Beklentilerinde Algılanan Stres				
1. AKA_BEK_STRES1_AİLE_ÖĞR	0,735**	-	-	
2. AKA_BEK_STRES2_AİLE_ÖĞR	0,611**	0,083	10,148	
3. AKA_BEK_STRES3_AİLE_ÖĞR	0,848**	0,083	13,926	
4. AKA_BEK_STRES4_AİLE_ÖĞR	0,825**	0,089	13,649	
5. AKA_BEK_STRES5_AİLE_ÖĞR	0,589**	0,086	9,770	
Kendi Beklentilerinde Algılanan Stres				
6. AKA_BEK_STRES6_KENDİ	0,636**	-	-	
7. AKA_BEK_STRES7_KENDİ	0,885**	0,132	10,249	
8. AKA_BEK_STRES8_KENDİ	0,641**	0,116	9,260	

Not: *p<0,05; **p<0,01; N=310

Doğrulatory faktör analizi sonucunda yapısal geçerliğı sağlanması faktör yüklerinin 0,50'den büyük ve anlamlı olmasına bağıdır (Meyers vd., 2006; Hair, vd., 2014; Brown, 2015,). Analiz sonucunda yaşam tatmininin arkadaş boyutunda faktör yükleri 0,522 ve 0,717 arasında, okul boyutunda faktör yükleri 0,536 ve 0,729 arasında, çevre boyutunda faktör yükleri 0,572 ve 0,791 arasında, aile boyutunda faktör yükleri 0,698 ve 0,804 arasında, benlik boyutunda faktör yükleri 0,575 ve 0,789 değişmektedir.

Bununla birlikte, akademik beklentilere ilişkin stres ölçeğindeki aile/öğretmen beklentilerinde algılanan stres boyutunda faktör yükleri 0,589 ve 0,848 arasında, kendi beklentilerinde algılanan stres boyutunda faktör yükleri 0,636 ve 0,885 arasındadır. Analiz kapsamında en düşük t-değeri 7,389 olarak hesaplanmış ve her bir faktör yükü 0,01 anlamlılık düzeyinde geçerlidir.

Uyum iyiliğı kriterleri ise; $\chi^2/sd=1,617$, GFI=0,822, NFI=0,897, TLI=0,903, CFI=0,910, RMSEA=0,045 şeklindedir ve kabul edilebilir sınırlar içerisindedir. Elde edilen bulgular, araştırmada kullanılan ölçeklerin yapısal geçerliliğinin olduğunu göstermektedir.

5.4. Güvenilirlik Analizi

Ölçeklere ilişkin yapı geçerliliğinin sağlanmasının ardından güvenilirliklerinin belirlenebilmesi için Cronbach alfa ve birleşik güvenilirlik değerleri hesaplanmıştır. Ölçekler için hesaplanan güvenilirlik değerleri Tablo 4'te gösterilmektedir.

Tablo 4. Ölçeklerin Cronbach Alfa Değerleri

Ölçekler	İfade Sayısı	Cronbach alfa (α)
Yaşam Doyumu	36	0,907
Arkadaş	8	0,855
Okul	8	0,853
Çevre	7	0,858
Aile	7	0,902
Benlik	6	0,835
Akademik Beklentilere İlişkin Stres	8	0,870
Aile/Öğretmen Beklentilerinde Algılanan Stres	5	0,856
Kendi Beklentilerinde Algılanan Stres	3	0,753

Güvenilirliğin sağlanabilmesi için Cronbach alfa ve/veya birleşik güvenilirlik değeri için genel olarak kabul edilen alt sınır 0,70'dir (Nunnally & Bernstein, 1994; Morgan, vd., 2011; Hair vd., 2014; Kline, 2016; Sekaran&Bougie, 2016). Ancak bazı araştırmacılar güvenilirlik değerinin 0,60 üzerinde olmasının da 14 kabul edilebilir olduğunu belirtmektedir (Hair vd., 2014; Sekaran& Bougie, 2016). Tablo 4 incelendiğinde, analiz sonucunda tüm ölçekler için hem Cronbach alfa hem de birleşik güvenilirlik değerlerinin 0,70'in üzerinde olduğu görülmektedir. Bu çerçevede, araştırma kapsamında kullanılan tüm değişkenlerin güvenilirlik şartını sağladığı belirlenmiştir.

5.5. Tanımlayıcı İstatistikler

Hipotez testleri öncesinde araştırmada kullanılan değişkenlere ilişkin tanımlayıcı istatistikler incelenmiştir. Bu kapsamda araştırmada kullanılan değişkenlerin ortalama ve standart sapma değerleri ile tüm değişkenler arasındaki ilişkilerin araştırıldığı korelasyon analizi Tablo 5'te gösterilmektedir.

Tablo 5. Ortalama, Standart Sapma ve Korelasyon Değerleri

Değişkenler	Ort.	S.S.	1	2	3	4	5		
Arkadaş	3,348	0,562	1						
Okul	2,172	0,655	0,115*	1					
Çevre	2,912	0,748	0,242**	0,184**	1				
Aile	3,113	0,802	0,389**	0,144*	0,430**	1			
Benlik	3,100	0,644	0,573**	0,138*	0,355**	0,456**	1		
Aile/Öğr. Bek. Stres	2,908	1,134	0,094	0,063	0,029	-0,017	0,085	1	
Kendi Bek. Stres	3,388	1,131	0,194**	-0,030	-0,098	0,166**	0,181**	0,525**	1

Not: * $p < 0,05$; ** $p < 0,01$; $N = 310$

Tablo 5'te yer alan korelasyon değerleri incelendiğinde, araştırmada kullanılan değişkenler arasında beklenen yönde ve anlamlı ilişkiler bulunduğu görülmektedir. Bununla birlikte, değişkenler arasındaki ilişki katsayılarının 0,90'ın altında olduğu görülmektedir. Dolayısıyla araştırmada kullanılan değişkenler arasında çoklu doğrusal bağlantı olmadığı söylenebilir (Kline, 2016).

5.6. Hipotez Testleri

Araştırmada, Zonguldak ilindeki sağlık meslek lisesinde öğrenimine devam eden öğrencilerin akademik beklentilere ilişkin stres düzeylerinin yaşam doyumuna etkisi hiyerarşik regresyon analizi ile test edilmiştir. Regresyon analizi, bir değişken üzerinde etkisi olduğu düşünülen değişkenlerin, verilen değişkeni ne düzeyde açıklayabileceğini test etmek için kullanılır (Can, 2018). Analizlerde bağımsız değişkenler olarak aile ve öğretmenlerinin beklentilerinden algılanan stres ve kendi beklentilerinden algılanan stres; bağımlı değişkenler olarak ise arkadaş, okul, çevre, aile ve benlik etkileşimi değişkenleri kullanılmıştır. Analizlere demografik değişkenler kontrol değişkenleri olarak eklenmiştir. Gerçekleştirilen hiyerarşik regresyon analizine ilişkin bulgular Tablo 6'da gösterilmektedir.

Tablo 6. Regresyon Analizi Bulguları

	Arkadaş	Okul	Çevre	Aile	Benlik
	β	β	β	β	β
Kontrol Değişkenleri					
Yaş	0,106	-0,213*	-0,094	-0,124	0,063
Cinsiyet	0,070	0,053	0,113	0,083	0,140*
Aylık Gelir	0,067	-0,085	0,043	0,060	0,003
Yaşanılan Yer	0,075	0,020	-0,036	-0,040	-0,064
Sınıf	0,001	-0,085	0,061	0,054	-0,040
Kardeş Sayısı	0,077	0,136*	-0,082	0,043	0,067
Anne-Baba Durumu	-0,086	0,005	-0,094	-0,081	-0,074
Bağımsız Değişkenler					
Aile/Öğr. Bek. Stres	-0,010	-0,152*	-0,004	-0,121*	0,001
Kendi Bek. Stres	-0,198**	-0,103	-0,072	-0,211**	-0,164*
F Değeri	2,820**	4,188**	1,801	2,663**	3,172
R²	0,078	0,112	0,051	0,074	0,087
Düzeltilmiş R²	0,050	0,085	0,023	0,046	0,060

Not: *p<0,05; **p<0,01; N=310

Tablo 6’de yer alan korelasyon katsayıları incelendiğinde, akademik beklentilerine ilişkin stres iki değişken (aile/öğretmen ve kendi beklentileri) ile öğrenci yaşam doyumu arasında negatif yönde ve orta düzeyde bir ilişki olduğu görülmektedir. Regresyon katsayılarının anlamlılığına ilişkin t-testi sonuçları aile/öğretmen beklentilerinde ve kendi beklentilerinde algılanan akademik stresin öğrenci yaşam doyumu düzeyinin anlamlı yordayıcısı olduğu görülmektedir.

Araştırmanın hipotezlerinden, sağlık meslek lisesi öğrencilerin aile/öğretmen beklentilerinde algıladıkları stresin, yaşam doyumunun arkadaş, okul, çevre, aile ve benlik boyutuna etkisi analiz edildiğinde akademik beklentilerine ilişkin streste artışın aile boyutundaki yaşam doyumunu (H2a: $\beta = -0,121$, $p < 0,05$), okul boyutundaki yaşam doyumunu (H3a: $\beta = -0,152$, $p < 0,05$) olumsuz etkilediği saptanmıştır. Öğrencilerin aile/öğretmen beklentilerinde, aile/öğretmen beklentilerinde algıladıkları stresin yaşam doyumunun arkadaş ilişkileri, çevre ve benlik boyutuna anlamlı bir etkisi olmadığı belirlenmiştir. Dolayısıyla H2 ve H3 hipotezlerimiz kabul edilmiştir.

Sağlık meslek lisesi öğrencilerinin kendi beklentilerinden algıladıkları algıladığı stresin, yaşam doyumunun arkadaş, okul, çevre, aile ve benlik boyutuna etkisi analiz edildiğinde ise akademik beklentilerine ilişkin stres düzeyindeki artışın yaşam doyumunun arkadaş boyutunu (H6a: $\beta = -0,198$, $p < 0,01$), aile boyutunu (H7a: $\beta = -0,198$, $p < 0,01$) ve benlik boyutunu (H10a: $\beta =$

=0,164, $p<0,05$) olumsuz etkilediği saptanmıştır. Öğrencilerin kendi beklentilerinde algılanan stres düzeyindeki artışın yaşam doyumunun okul ve çevre boyutuna anlamlı bir etkisi olmadığı belirlenmiştir. Bu bulgu H6, H7 ve H10 hipotezlerimizin kabul edildiği anlamına gelmektedir.

6. Tartışma ve Sonuç

Bu araştırma ile sağlık meslek lisesi öğrencilerinin akademik beklentilerine ilişkin stres düzeylerinin yaşam doyumlarını nasıl etkilediği incelenmektedir. Araştırmanın amacı, sağlık meslek lisesi öğrencilerinin, aile/öğretmen ve kendi akademik beklentilerinden algılanan stres düzeylerinin öğrencilerin yaşam doyumunun arkadaş, aile, okul, çevre ve benlik boyutu ile etkileşimi arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktır. Bu amaçla Zonguldak ilindeki bir sağlık meslek lisesinde öğrenim gören 310 öğrenciden anket yoluyla veriler toplanmıştır.

Öğrencilerinin yaşam doyumunun azaltan faktörler incelendiğinde öğrencinin akademik beklentilere ilişkin stres düzeylerinin çok önemli etkisi olduğu bilinmektedir. Çalışmamızın analiz sonuçları doğrultusunda öğrencilerin, aile/öğretmen beklentilerinden ve kendi beklentilerinden algıladıkları akademik stres düzeyindeki artış öğrencilerin yaşam doyumunu olumsuz etkilediği tespit edilmiştir.

Bu çalışmanın sonucu, öğrencilerin hem aile/öğretmen beklentilerinden, hem de kendi beklentilerinden algıladıkları akademik stres düzeyinin, öğrencinin aile yapısı içindeki ilişkilerinden aldığı doyumun azalmasına neden olduğunu göstermektedir. Öğrencilerin ailelerinin beklentilerine yönelik algıları, ebeveynlerin çoğunlukla aile ortamında, ders çalışmaları için baskı yapmaları, okul başarıları ve gelecekleri hakkında yineleyen nasihat ve söylemde bulunma davranışları sonucunda şekillenir. Öğretmen beklentileri ise, öğrencilerin belirli bir zaman aralığında kaydettikleri ilerleme düzeylerine ilişkin izlenimlerinden oluşan yargıları tanımlamaktadır (Rubie-Davies, Flint & McDonald, 2012). Öğretmenler, öğrencilerin sınav, proje, ev ödevi, öğrenmeye yönelik tutum ve çabalarına yönelik akademik performanslarıyla ilişkili beklentilerinin (Riley & Ungerleider, 2012) yanı sıra, öğrencilerin, okula hazırlıklı gelmeleri (kitap, defter vd. Öğrenme materyallerini getirmeleri), sınıf arkadaşlarıyla ilişkileri, okul ve sınıf kurallarına uyumu ve diğer sosyal davranışlarına yönelik değerlendirmelerinden oluşan akademik olmayan beklentileri de mevcuttur (Chen, at al., 2011).

Ailesine bağımlı olarak yaşam süren lise öğrencileri, ebeveynlerinin otoriter tutumları nedeniyle çoğu kez okul ve gelecekteki meslek seçimlerini de ailelerinin istekleri doğrultusunda belirlemek durumunda kalabilirler. Aile beklentilerinin oluşturduğu psikolojik baskı ve başarılı olamama kaygısı,

öğrencilerin akademik beklentilerine ilişkin stres düzeyinde artışa neden olabilmektedir. Ayrıca ailelerinin beklentilerini karşılayamadıklarında, kendileri için sağladıkları maddi ve manevi imkanlara karşılık mahcubiyet duygusu geliştirdiklerinden buna bağlı olarak endişe ve stres düzeyleri daha da yükselmektedir (Genç, 2016). Bu durum öğrencilerin kendi hayalleri ve beklentilerinin ötesinde ailelerinin istekleri doğrultusunda ders çalışan, kendileri için değil anne babalarının mutlu olmaları için çaba sarf eden bireylere dönüşmelerine dolayısıyla yaşam doyumlarının azalmasına neden olabilmektedir.

Çalışmanın bir diğer sonucu, öğrencilerin aile/öğretmen beklentileri nedeniyle algıladıkları akademik stres düzeyinin öğrencinin okul ortamındaki ilişkilerinden aldığı doyumun azalmasına neden olduğunu göstermektedir. Öğrencilerin akademik beklentilere ilişkin stres düzeylerindeki artış, okulu önemsememe, derslere aktif katılmama, okul devamsızlığı gibi sorunlara neden olarak okul tükenmişliklerini de artırabilmektedir (Lee, vd., 2020). Öğrencilerin okul ortamına bağlı olarak baskı, endişe ve stres duygularıyla başa çıkma becerilerinin yetersiz olması yaşam doyumunun azalmasına neden olabilmektedir.

Bu araştırmanın başka bir sonucu ise göre sağlık meslek lisesi öğrencilerinin kendi beklentilerinden algıladıkları stresin, yaşam doyumunun arkadaş ilişkilerinin azalmasına ve düşük benlik saygısı oluşturmalarına neden olduğunu göstermektedir. Öğrencilerin kendi akademik beklentileri, ödevlerini zamanında yetiştirebilme, sınavlardan diledikleri notları alabilme aile ve öğretmenleri tarafından takdir ve onay görme istekleri doğrultusunda gelişmektedir. Lise öğrenim dönemindeki öğrencilerin okul performanslarının düşük olduğunda başarısızlık, dışlanma ve başkalarına karşı mahcup olma kaygıları nedeniyle ortaya çıkan akademik stres sonucu, uyku problemleri ve gerginlik gibi psikolojik ve davranışsal sorunlar yaşayabilmekte dolayısıyla mutsuz olmaktadır. Öğrencilerin kendi beklentilerine yönelik hedeflerini gerçekleştiremediğinde ortaya çıkan strese bağlı olarak arkadaşlık ilişkileri de olumsuz etkilenebilmektedir. Arkadaşları ile etkileşime geçmekten keyif almayan ya da birlikte olduklarında iletişim sorunları yaşayan öğrenciler, gerginlik, geçimsizlik, şiddete eğilim gibi problemlerin yanı sıra yalnızlık hissi ve depresif duygulanımlar da yaşayabilirler. Buna ek olarak akademik stres düzeyi yükseldikçe ortaya çıkan sorunlarla baş etme stratejilerine sahip olmayan öğrenciler, kendilerini değersiz ve yeteneksiz hissedebilirler. Bu nedenle özgüvensiz ve sosyal yönden uyumsuz davranışlar sergileyebilirler. Bu durum öğrenci yaşam doyumunun önemli bir boyutu olan benlik düzeyindeki doyum azaltarak düşük benlik algısı oluşturabilmektedir. Çalışmamızın analizleri neticesinde ortaya çıkan sonuç, sağlık meslek lisesi öğrencilerinin kendi

beklentilerine ilişkin algıladıkları stres düzeyinin hem arkadaşlık ilişkilerine hem benlik algılarına olan olumsuz etkisi nedeniyle yaşam doyumlarının azalabileceği yönündedir.

Bu çalışma sonucunda elde ettiğimiz bulgular neticesinde; öğrencilerin akademik beklentilere ilişkin stres düzeyinin öğrencinin yaşam doyumunu olumsuz yönde etkileyen önemli bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. Ergenlik döneminin bedensel, bilişsel ve duygusal değişikliklerinin en yoğun yaşandığı lise öğrenim döneminde, gelişimsel sürecinin getirdiği stres faktörlerine ek olarak akademik beklentilerine yönelik stresle başa çıkabilmeleri için okul ortamında yapılacak nitelikli çalışma ve danışmanlık hizmetlerine ihtiyaç duyulmaktadır. Çünkü, eğitim, öğretim amaçları doğrultusunda mutlu, üretken ve umut düzeyi yüksek bir toplum oluşturabilmek için, içinde barındırdığı üyelerinin, istekleri yerine getirilebiliyor ve mevcut sorunlarının çözülebiliyor olması gerekmektedir.

Okul sosyal hizmet uzmanları, öğrencilerin eğitim hayatları sürecinde, içinde bulundukları gelişim dönemini de göz önünde bulundurularak, eğitim hizmetlerinden yeterli düzeyde faydalanmaları ve akademik başarılarını artırmak amacıyla sosyal hizmet disiplininin uygulama ve müdahalelerini yerine getirmektedirler. Okul ekibinin öğretmen, idareci ve rehberlik ve psikolojik danışma faaliyetlerini sürdüren diğer üyeleriyle iş birliği içinde ve bütüncül bir bakış açısıyla, öğrencinin aile ve yaşam koşulları nedeniyle ortaya çıkan gereksinimlerinin belirlenmesi, yaşadıkları sorunların çözümü ve ilgili hizmetlerden yararlanmaları için biyopsikososyal ihtiyaçlarına yönelik müdahale ve uygulamaları yürütmektedirler.

Okul sosyal hizmet uzmanları, öğrencilerin aile/öğretmen ve kendi akademik beklentilerine ilişkin stresin aile, arkadaş ilişkilerini, okul bağlılığı, benlik algılarını olumsuz yönde etkileyerek depresif duygulanım, umutsuzluk, isteksizlik, kaygı gibi psikolojik sorunlara neden olabilen sorunlarına yönelik, okuldaki rehber öğretmenlerle, idarecilerle, öğrencilerin aileleriyle ve ruh sağlığı uzmanları ile iş birliği yapabilirler. Davranış bozuklukları olan öğrencilere yönelik, sorunu tanıma, davranış değişikliği oluşturma ve sosyal becerilerini geliştirmeye yönelik bireysel ya da arkadaş, aile veya öğretmenlerinden oluşan gruplarla çalışma yapabilirler. Algıladıkları stres ve sorunlara yönelik baş etme/sorun çözme ve karar verme becerileri geliştirebilmeleri için eğitsel programlar, sosyal etkinlikler yapabilir, görüşme ve terapi seansları düzenleyebilirler. Okula devamlarını ve sosyal uyumlarını artırmak, sigara, alkol kullanımı gibi istenmeyen alışkanlıklardan alıkoymak için koruyucu, önleyici faaliyetler düzenleyebilirler. Öğrencilerin sosyal destek mekanizmalarını işler hale getirebilmek için güçlendirici, savunucu rollerinin yanı sıra ihtiyaç duydukları kaynaklara erişimleri için ara bulucu rollerini sürdürebilirler.

Ülkemizde, eğitim sistemi içinde yer alan sosyal hizmet uzmanı bulunmamaktadır. Ergenlik döneminin fiziksel ve ruhsal etkilerinin yanı sıra aile, öğretmen ve kendi beklentilerinden kaynaklanan stres yüklerinin en yoğun yaşandığı lise eğitim sürecindeki öğrencilerin, fiziksel ve ruhsal açıdan iyilik halinin sürdürülmesi, aile/öğretmen ilişkilerinin güçlendirilmesi, okul ve sosyal uyumlarının sağlanması, akademik başarılarının ve dolayısıyla yaşamdan aldıkları doyumun artırılması için etkin rol ve görevleri üstlenen okul sosyal hizmet uzmanlarının istihdamına ihtiyaç olduğu düşünülmektedir.

KAYNAKLAR

1. Adams, G. R. & Berzonsky, M. D. (2003). Blackwell handbook of adolescence. Oxford: Blackwell.
2. Anand, K.V. (2013). Exam Stress – Tips to Help You Manage. 7-10.
3. Arthur, N. (1998). The effects of stress, depression, and anxiety on postsecondary students' coping strategies. *Journal of College Students Development*, 39, 11-22.
4. Batıgün, A.D. ve Kayış, A.A. (2014). Üniversite hücrelerinde stres faktörleri: Kişilerarası ilişki tarzları ve problem çözme becerileri açısından bir değerlendirme. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 29 (2), 69-80.
5. Bakker, A.B., & Demerouti, E. (2017). Job demands–resources theory: Taking stock and looking forward. *Journal of occupational health psychology*, 22(3), 273.
6. Bozkır, N. (2020). Lise Türleri Bilgilendirme Kitapçığı, <https://www.dergipdr.com/d/file/1593859070645-lise-turleri.pdf>. Erişim, 13.06.2023.
7. Bölükbaşı, A. (2017). Lise öğrencilerinin kariyer uyumu ve yaşam doyumu ilişkisinde iyimserlik ve umudun aracı rolü. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana.
8. Brouns, R., Sheorajpanday, R., Wauters, A., De Surgeloose, D., Mariën, P., & De Deyn, P. P. (2008). Evaluation of lactate as a marker of metabolic stress and cause of secondary damage in acute ischemic stroke or TIA. *Clinica chimica acta*, 397(1-2), 27-31.
9. Can, S.B. (2018). *Şehir merkezi ve il ölçeklerinde hava kalitesi tahmini için alan kullanımı regresyon modelleri geliştirilmesi: Kütahya örneği* (Doctoral dissertation, Anadolu University (Turkey)).
10. Calaguas, G. M. (2011). College academic stress: Differences along gender lines. *Journal of Social and Development sciences*, 1(5), 194-201.
11. Chen, J., Brissette, F. P., Poulin, A., & Leconte, R. (2011). Overall uncertainty study of the hydrological impacts of climate change for a Canadian watershed. *Water Resources Research*, 47(12).
12. Cerede, J., Wirthwein, L., Mcelvany, N., Steinmayr, R. (2015). Adolescents' academic achievement and life satisfaction: The role of parents' education. *Front Psychol*, 6, 52.
13. Çelik, I., Akın, A. ve Sarıçam, H. (2014). A scale adaptation study related to the examination of adolescents' levels of educational stress. *Üniversitepark Bülten*, 3 (1-2), 44-55.

- 14.Çelikkaleli, Ö., Gökçakan, N. ve Çapri, B. (2005). Lise öğrencilerinin bazı psikolojik ihtiyaçlarının cinsiyet, okul türü, anne ve baba eğitim düzeyine göre incelenmesi. *Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 18(2), 245-268.
- 15.Çivitçi, N., Çivitçi A., Fiyakalı, C. (2009). Anne-babası boşanmış ve boşanmamış olan ergenlerde yalnızlık ve yaşam doyumu. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 9(2), 493-525.
- 16.Diener, E., & Lucas, R. E. (1999). Explaining differences in societal levels of happiness: Relative standards, need fulfillment, culture and evaluation theory. *Journal of Happiness Studies: An Interdisciplinary Forum on Subjective Well-Being*, 1(1), 41-78. <https://doi.org/10.1023/A:1010076127199>
- 17.Diener, E., Sandvik, E. & Pavot, W. (2009). Happiness is the frequency, not the intensity, of positive versus negative affect. *Assessing well-being: The collected works of Ed Diener*, 213-231.
- 18.Dönmez, M. M. (2007). Meslek lisesi öğrencilerinin atılganlık düzeylerine göre yaşam doyumu ve duyguları ifade etme eğilimlerinin karşılaştırılması, (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Ankara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- 19.Erikson, E.H. (1968). Identity: Youth and crisis. New York: W.W. Norton&Company,Inc.
- 20.Fields, L., & Prinz, R. J. (1997). Coping and adjustment during childhood and adolescence. *Clinical psychology review*, 17(8), 937-976.
- 21.Folkman, S. (1984). Personal control and stress and coping processes: A theoretical analysis. *Journal of personality and social psychology*, 46(4), 839.
- 22.Genç, Y.(2016). Üniversite sınavına hazırlanan öğrencilerin sınav kaygılarını etkileyen faktörler. In *ICPESS (International Congress on Politic, Economic and Social Studies)* (No. 1).
- 23.Gökmen, F. (2019). Havayolu çalışanlarında iş aile çatışması, iş tatmini ve yaşam doyumu ilişkisi. Yüksek lisans tezi, Balıkesir Üniversitesi. Ulusal Tez Merkezi.
- 24.Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. & Anderson, R. E. (2014). Multivariate Data Analysis. (7th Edition), Harlow: Pearson New International Edition.
- 25.Hurrelmann, K. & Richter, M. (2006). Risk behaviour in adolescence. The relationship between developmental and health problems. *Journal of PubliHealth*, 14, 20-28.

- 26.Kadapatti, M. G., & Vijayalaxmi, A.H.M. (2012). Stressors of academic stress-a study on pre-university students. *Indian Journal of Scientific Research*, 3(1), 171-175.
- 27.Kaner, S. (1992). Suçluluğu açıklayan yaklaşımlar. *Ankara University Journal of Faculty of Educational Sciences (JFES)*, 25(2), 473-496.
- 28.Kline, R. B. (2016). Principles and Practice of Structural Equation Modeling. (4. Baskı), New York: The Guilford Press.
- 29.Lal, K. (2014). Academic stress among adolescent in relation to intelligence and demographic factors. *American International Journal of Research in Humanities. Arts and Social Sciences*, 5 (1), 123-129.
- 30.Lee, M. Y., Lee, M. K., Lee, M. J., & Lee, S. M. (2020). Academic burnout profiles and motivation styles among Korean high school students. *Japanese Psychological Research*, 62(3), 184- 195. <https://doi.org/10.1111/jpr.12251>
- 31.Leung, J.T.& Shek, D.T. (2019). Hierarchical factor analysis and factorial invariance of the Chinese overparenting scale. *Frontiers in Psychology*, 10, 1873. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.01873>.
- 32.Neugarten, B.L., Havighurst, R.J.&Tobin, S.S. (1961).The measurement of life satisfaction. *Journal of Gerontology*, 16,134-143.
- 33.Meyers, L. S., Gamst, G. & Guarino, A. J. (2006). Applied Multivariate Research: Design and Interpretation. Thousand Oaks: Sage.
- 34.Morgan, G. A., Leech, N. L., Gloeckner, G. W. & Barrett, K. C. (2011). IBM SPSS for Introductory Statistics: Use and Interpretation. (4. Baskı), New York: Routledge.
- 35.Owen, D.W., Korkut-Owen, F., & Kurter, M.F. (2011). Career development in Turkey: An evolving profession. *Career Planning & Adult Development Journal*, 27(1).
- 36.Öktem, C. (2000). Lise son sınıf öğrencilerinin algıladıkları ana-baba tutumlarının mesleki ilgi ve değerleriyle ilişkisi / The Relationship between high school third rd. Grade students perceptions about parental attitudes and their vocational interest and vocational values, Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Eğitim Bilimleri Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi. (Master's thesis, Uludağ Üniversitesi).
- 37.Patterson, J. M., & McCubbin, H. I. (1987). Adolescent coping style and behaviors: Conceptualization and measurement. *Journal of adolescence*, 10(2), 163-186.
- 38.Riley, T., & Ungerleider, C. (2012). Self-fulfilling prophecy: How teachers' attributions, expectations, and stereotypes influence the learning

- opportunities afforded Aboriginal students. *Canadian Journal of Education/Revue canadienne de l'éducation*, 35(2), 303-333.
39. Riuttala, E.M.L. (2006). Nuorten Henkilökohtaisten Tavoitteiden Profilit Ja Subjektiiivinen Hyvinvointi. Psykologian Pro Gradu (Thesis), Helsingin Yliopisto Kayttatymistieteellinen Tiedekunta, Helsinki.
40. Rubie-Davies, C.M., Flint, A., & McDonald, L. G. (2012). Teacher beliefs, teacher characteristics, and school contextual factors: What are the relationships?. *British journal of educational psychology*, 82(2), 270-288.
41. Sarita, S. (2015). Academic stress among students: role and responsibilities of parents. *International Journal of Applied Research*, 1(10), 385-388.
42. Sekaran, U. & Bougie, R. (2016). Research Methods for Business: A Skill-Building Approach. (7. Baskı), Chichester: Wiley
43. Sharma, M. ve Tanmeet (2012). The Role of Perceived Social Support in Adolescents with Academic Stres. *Journal of the Indian Academy of Applied Psychology* January, 38(1):149-155.
44. Sun, J., Dunne, M. P., Hou, X. Y., & Xu, A.Q. (2013). Educational stress among Chinese adolescents: Individual, family, school and peer influences. *Educational Review*, 65(3), 284-302.
45. Swanson, L.W. (2000). Cerebral hemisphere regulation of motivated behavior. *Brain research*, 886(1-2), 113-164.
46. Şahin, L. (2016). Seyrantepe ortaokulu öğrencilerinin algılanan sosyal destek düzeyleri ile akademik başarıları arasındaki ilişkinin incelenmesi (Master's thesis, Sosyal Bilimler Enstitüsü).
47. Tabachnick, B. G. & Fidell, L. S. (2013). Using Multivariate Statistics. (6. Baskı), Boston, Mass: Pearson International Edition.
48. Tuğrul, C. D. (2000). Stres ve depresyon. *Psikiyatri Dünyası*, 4(1), 12-17.
49. Yerlikaya, E. E. (2009). Üniversite öğrencilerinin mizah tarzları ile algılanan stres, kaygı ve depresyon düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi. Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı Doktora Tezi.

3. Bölüm

Ebulfez Elçibey ve Azerbaycan Azadlık Harekatı

Aslıhan KILINÇ¹

¹ Dr. Öğr.Üyesi, Ufuk Üniversitesi Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi Bölümü
ORCID:0000-0001-8928-2961

ÖZET

Nahcivan'ın Keleki kasabasında doğan Azerbaycan eski Cumhurbaşkanı Ebulfez Elçibey, 1970'li yıllarda SSCB toprakları içerisinde bulunan Azerbaycan'ın bağımsızlığını kazanması için önemli mücadeleler vermiş ve hayatını bu uğurda adamı bir Türk Beyi'dir. Özellikle Azerbaycan Halk Cephesi Partisi'nin (AHCP) başına geçtikten sonra başlattığı Azadlık Harekâtı ile başta Sovyet Rusya'nın dikkatini çekmiş tutuklandıktan sonra hapis ve zindan günleri başlamıştır. Sovyet Rusya'nın 1990'da dağılmasından sonra Azerbaycan 1991 Ekiminde bağımsızlığını resmen ilan etmiş ve Ayaz Muttalibov'un kısa süren cumhurbaşkanlığından sonra Elçibey 1992 Haziranında bağımsız Azerbaycan Cumhuriyeti'nin ikinci Cumhurbaşkanı seçilmiştir. 1993 te kendisine karşı yapılan bir ayaklanmada ben kardeş kanı döktürmem diyerek istifa etmiş ve Kelekiye dönmüştür nitekim daha sonra 31 Ekim 1997 tarihinde Keleki'den Bakü'ye gelmiş ve AHCP'nin başına geçerek aktif siyasi hayatına devam etmiştir. Bu arada 1998 cumhurbaşkanlığı seçimlerini boykot ederek katılmamıştır. Hayatı boyunca üstlendiği Azerbaycan'ın Azadlık Harekâtı sürecinde özellikle Cumhurbaşkanı seçilmesinden sonra Türkiye ile sıkı ilişkiler kurmaya dikkat etmiştir. Kardeş olarak gördüğü bu iki milleti her fırsatta aynı çatı altında toplamaya çalışmıştır. Türkiye ve Mustafa Kemal Atatürk sevgisini de yaptığı ziyarette Anıtkebir defterine yazdığı şu sözler ile dile getirmiştir: ***“Ne mutlu Türküm diyene” “Sizin askeriniz Ebulfez Elçibey”***.

Bu çalışmada Ebulfez Elçibey'in kısa biyografisi ile Azerbaycan'ın Bağımsızlığına giden yolda verdiği Azadlık Mücadelesi ele alınmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Ebulfez Elçibey, Azerbaycan, Azadlık Harekâtı, Sovyet Rusya, Mustafa Kemal Atatürk

1. Keleki ve Ebulfez Elçibey

Azerbaycan tarihinin sayfalarına ismi altın harflerle yazılan, Türk dünyasının en büyük liderleri arasında yer alan ve *Özümüz Türk'tür* sözünü dilinden düşürmeyen Elçibey büyük bir Mustafa Kemal Atatürk hayranıdır¹. Tam adı *Ebulfez Kadirkulu oğlu Aliyev* olan Ebulfez Elçibey 1938 yılında Keleki'de dünyaya gelmiştir. Annesi Mehrinisa Hanım ve babası Kadirkulu Bey'dir². Elçibey babasını küçük yaşta kaybetmiş ve yetim kalmıştır³. Babasının ölümünden sonra çok zor bir çocukluk geçirmek zorunda kalan Elçibey Annesi ve üç kardeşi ile birlikte kolhoz işçisi olarak çalışan dayılarının himayesine girmek zorunda kalırlar⁴. Elçibey ve kardeşleri çocukluk yıllarını ahşap kapılı toprak bir evde geçirdiklerinden bahsederler. Hatta ağabeyi Almurad bu evde Elçibey'le alakalı geçen anılarına değinirken başlarından geçen ilginç bir olayı da şu şekilde anlatır:

“Biz yaylaya çıkardık, o zamanlar ben anamla birlikte koyunlarla meşgul olurdum. Ebulfez'i beşiğine koyup biz kendi işimizle meşgul uğraşırdık. Biz ne zaman onun yanından ayrılıp gitsek bir yılan onun beşiği altına gelip çöreklenirdi, buna defalarca şahit olduk. Bu meseleyi köyümüzün yaşlılarına söylediğimiz zaman “O yılanı dokunmayın, o Ebulfez'i koruyor” dediler. Bizde o yılanı dokunmadık. Sonralar o ilkokul çağına geldiği zaman, dışarıdan yılanları eliyle tutarak anamın yanına gelirdi. Anam da: “Oğlum yazıktır, onu aldığın yere götür, deyince oda yılanı aldığı yere bırakırdı”⁵”.

Hayatına ilginç olaylarla başlayan Bey oğlu Bey Ebulfez Elçibey ortaokula kadar yan köyde okula devam eder ve bu süreçte tek istediği hekim olmaktır⁶. Aslında doğup büyüdüğü bu topraklar Türkcülük fikirlerinin oluşmasındaki en büyük etken olmuştur. Zira burada uygulanan kanlı ve bir o kadar da baskıcı rejimin en yakın tanıklarından birisi olarak büyümektedir. Her ne kadar bir çocuk

¹ Yavuz Bülent Bakiler, (2001), *Elçibey*, Ağustos, s.199, Günay G. Özdoğan, (1995), *Bağımsızlığın İlk Yılları*, Ankara, s.102.

² Uğur Güler, (2006), *Elçibey*, İstanbul, s.16, Gürkan Dağdaş, (2006), *Düşünceye Dağvet*, Ankara, s.11

³ Fazıl Gezenferoğlu, (1995), *Ebulfez Elçibey Tarihten Geleceğe*, İstanbul, s.17.

⁴ Taha Akyol, (1990), *Azerbaycan Sovyetler ve Ötesi*, İstanbul, s.140.

⁵ Güler, *Elçibey*, s.16.

⁶ Akyol, *Azerbaycan Sovyetler ve...* s.140

gözüyle bunları anlamaya çalışsa da bu çocuk oldukça zekidir ve Türkçülük kavramının önemini daha bu yıllarda aklına yer etmiştir⁷.

Lise yıllarına doğru Marks'ın Kapitalizmine ilgi duymaya başlaması ise siyasi tarih ile tanışmasına vesile olacak ve Azerbaycan tarihinin en büyük isimleri arasında yerini almasını sağlayacaktır. Daha 16-17 yaşlarında Marks'tan, Lenin'e birçok kitaptan cümleler ezberlemesi siyasete ve doğduğu coğrafyada yaşanan ağır olaylara ilgisinden kaynaklanıyordu. Yaşıtlarına göre oldukça ağır olan ve üniversitelerde okutulan bu kitaplarda yazarları zekice kavrayıp hayatta yaşananlarla mukayese etmekte oldukça başarılıydı⁸.

Okuma sevdalısı bu genç lise yıllarına geldiğinde köyüne oldukça uzak olan Ordubad şehrine gidip gitmemek arasında kalmış ailesinin de desteği ile okumaya devam etme kararı almıştır. Zorluklarla geçen yıllardan sonra üniversiteye gitmeye karar vermiştir. Elçibey bu süreçte Azerbaycan topraklarında yaşanan kanlı süreci anlatırken Lenin zamanında Azerbaycan'da her bölgede Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği'nin ilk istihbarat ve güvenlik teşkilatı olan Çeka ve Ermeniler tarafından on binlerce insanın, çeşitli sebeplerle başının kesildiğinden bahseder⁹.

Elçibey 1957 yılında Azerbaycan Devlet Üniversitesi'nin Şarkiyat Araştırmaları Bölümü'ne kayıt yaptırır. Siyasi yönden belirgin şekilde kendisini yetiştirmiş ve artık Türkçülüğün temellerini tam anlamı ile atmıştır¹⁰. Türkçülük fikrinin şekillendiği bu yıllarda Y.Z. Şirvani, Z. Bünyadov, E. Mehmedov gibi isimlerden eğitim almıştır¹¹. Oldukça kahırla ve yoksul bir hayat yaşamış olan Elçibey'in üniversite yılları da aynı şekilde zorluklar içinde geçmiştir¹². Okulunda oldukça başarılı bir öğrenci olan Elçibey aynı zamanda çevresi tarafından takdir gören bir isimdir. Üniversite yıllarında Türklerin köklerinin şarktan gelmesi sebebiyle şarkiyat okumaya karar verir. Üniversitenin *Şarkşinaslık* (Doğu Bilimleri) bölümüne kayıt yaptırarak Azerbaycan Türklerinin aslında Türk' mü yoksa Azeri mi olduklarını araştırmaya başlar. Tarih ilmine de en az siyaset kadar meraklı olan Elçibey yaptığı çalışmalar sonucunda Türk olmadıklarını Azeri oldukları kanısına varır. Dahası Türklerin Osmanlı soyundan

⁷ Bakiler, (2001), *Elçibey*, Ağustos, s.199.

⁸ Açıkgöz, *Ebulfez Elçibey Azadlık...* s.13. Akyol, *Azerbaycan Sovyetler ve...* s.142

⁹ Gezenferoğlu, *Ebulfez Elçibey*, s.25. Güler, *Elçibey*, s.17. Akyol, *Azerbaycan Sovyetler ve...* s.141.

¹⁰ Gezenferoğlu, *Ebulfez Elçibey*, s.27.

¹¹ Bakiler, *Elçibey*, s.174.

¹² Güler, *Elçibey*, s.19.

geldiğini anlatır¹³. Ancak daha sonra araştırmaları arttıkça Türk kelimesi onun için yeni bir boyut kazanacaktır.

Oldukça genç yaşta olmasına rağmen Azerbaycan'ın içinde bulunduğu buhranın farkındadır ve arkadaşları ile birlikte faaliyetlerini arttırarak bu gidişe dur demek için bir elinden geleni yapacaktır¹⁴. Bunlar arasında hiç şüphesiz Azerbaycan Halk Cephesi'nin kurulması hayatının dönüm noktalarından birisi olmuştur. Özellikle üniversite yıllarında katıldığı öğrenci toplulukları ve öğrenci odalarında gerçekleşen sohbetler Türklük ve Azerbaycan üzerine yapılan müzakereler kişiliğinin ve hayatının şekillenmesinde en önemli unsurlar olmuştur. Yaşanan bu gelişmeler ise geleceğin Azerbaycan Cumhurbaşkanı olmasıyla Azerbaycan halkının da kaderi olacaktır¹⁵.

Bu süreçte başlarda Azeri olarak benimsediği kimliğine bu faaliyetlerinden sonra Türk anlamı da eklenmişti. Zira Arap Dili ve Edebiyatı bölümü okuduğu üniversite yıllarında Türk dünyası ile alakalı fikri çalışmaları daha da artmış ve Türkiye'de en az Azerbaycan kadar vatani haline gelmişti. Hiç şüphesiz bunda Mustafa Kemal Atatürk'ün hayatında bıraktığı izler oldukça etkili olmuştur¹⁶.

Elçibey hayatının her döneminde Türklere karşı yapılan haksızlıklara dur demenin yollarını aramıştır. Özellikle SSCB döneminde Türklere karşı yürütülmüş birçok provokasyonda sonucunda hapis ve zindan hayatı olsa bile hayatını tehlikeye atmış ve birçok direniş hareketine katılmıştır. Bu tür olaylardan birisiyle öğrenci olduğu yıllarda Tarih Enstitüsünde karşılaşmıştır. Enstitü müdürü Prof. Aslan Atakişiyev ve Elçibey arasında geçen diyalog o günlerde SSCB'de Türklere karşı yürütülen çirkin provokasyonu gözler önüne sermiştir:

Profesörün *seni hapse atacaklar biliyor musun? Peki, neden böyle davranıyorsun?* Sözleri karşısında *Biliyorum! Milletim için! Şeklinde cevap verir.* Daha sonra konuşmasının devamında, *peki, niye o taşın altına giriyorsun? Bu devlet ne haldedir bilmiyorsun. Biraz sessiz dur, derslerinle meşgul ol ben senin tutuklanmamamı sağlayacağım. Ancak bir şartla! Diyerek* Elçibey'den İki makale yazmasını ve birisinde Sovyetleri övmesini, diğerinde de Türkiye'yi kötülemesini ister. Bu teklif karşısında Elçibey ise *ben bu makaleleri yazabilecek kadar tarih bilgisine sahip değilim.* der. Profesör ısrarla Elçibey'in bu makaleleri yazması için baskı yapar ve tekrar şöyle bir teklifte bulunur:

¹³ Bakiler, *Elçibey*, s.15. Akyol, *Azerbaycan Sovyetler ve...* s.141.

¹⁴ Açıkgöz, *Ebulfez Elçibey Azadlık...* s.14.

¹⁵ Dağdaş, *Düşünceye Davet...* s.13. Güler, *Elçibey*, s.20.

¹⁶ Yeniçeri, *Bir Ebulfez Elçibey...* s.14. Dağdaş, *Düşünceye Davet...* s.8. Bakiler, *Elçibey*, s.240.

“O zaman ben bunları yazdırayım. Sen hiç karışma senin imzanla yayınlatalım. Ben merkeze bildireyim ki Ebulfeyz yanlış düşüncelerinden vazgeçti doğruyu gördü. Daha sonra da istediğin makamda istediğin kadar maaşla bir işe yerleşir rahata erersin. Onun bu sözleri karşısında Elçibey ise kesin bir tavırla son sözünü söyler ve *ben hiçbir zaman Türkiye’yi kötüleyen bir şey yazmam!*” diyerek konuşmasını bitirir¹⁷. Elçibey’in SSCB ve Ruslara karşı olan tavrı her zaman net olmuştur. Ona göre her zaman Azerbaycan ve Türkler özgür olmalıdır. Bu nedenle her zaman konuşmalarında bu konuya bilhassa değinmiş ve Azerbaycan’ın bağımsızlığına kavuşacağını üzerine basa basa altını çizmiştir. Bu uğurda verilmesi gereken canlar olsa da bağımsızlık elde edilmelidir. Ailesi başlarda kendisinin canından endişe ettikleri için tam destek vermemişlerse de daha sonra Elçibey’in düşüncelerine saygı duyarak onun yanında yer almışlardır¹⁸.

2. Siyaset ve Tutuklanmalar

Elçibey Bakü Üniversitesi’nden mezun olduktan sonra artık siyasetin içerisine daha fazla girmiştir ve yaşadıkları karşısında zor günler geçirmiştir. Nitekim siyasetin içine girdikçe karşılaştığı birçok kişinin her diyalogunda yalan ve ikiyüzlülükle karşılaşmıştır. Kendisi hiçbir zaman bu sisteme ayak uyduramamış ve bu nedenle de birçok kez başarısız olmuştur¹⁹. Birçok kez katıldığı toplantıda siyasi fikirlerine ter düşen isimlerle tokalaşmaktan dahi imtina etmiş ve elini uzatmamıştır. Bu davranışları tepki toplamış ve daha sonra kendisine olumsuz şekilde geri dönmüştür. Ancak o bu duruşunu bozmamış ve haklı bildiğinin hep arkasında olmuştur²⁰.

1964 yılına kadar Mısır’da görev yapmış ve sonrasında yurduna dönmüştür. Nitekim bu geçen süre içerisinde yaptığı siyasi eylemler nedeniyle artık göze çarpan bir isim haline gelmiştir. Özellikle Sovyet rejimi aleyhindeki çalışmaları ve bağımsızlık için çırpınmaları Sovyetler Birliği’nin gizli *istihbarat* servisi KGB tarafından takibe alınmış ve bu süreç kendisi için hapis ve zindan günlerinin gelişinin ayak sesleri olmuştur. Aslında Elçibey KGB tarafından sürekli izlendiğini bilmektedir. Yine de Azerbaycan’ın bağımsızlığına giden yolda geri adım atmak niyetinde değildir. Zira bu görevi birileri yapmak zorundadır Yaşadığı toprakların zor durumda olması ve bu sürecin sonunun belirsizliği

¹⁷ Şevket Talha Apuhan, (2012), *Atatürk’ün Askeri Elçibey*, İstanbul, s.12

¹⁸ Bakiler, *Elçibey*, s.94. Güler, *Elçibey*, s.21.

¹⁹ Akyol, *Azerbaycan Sovyetler ve...* s.143.

²⁰ Gezenferoğlu, *Ebulfeyz Elçibey...* s.38.

Elçibey'in siyasi hayatında büyük belirleyici olmuştur. Nitekim kendisi bu topraklarda doğmuş birisi olarak bağımsızlığın kazanılmasının zaruretinin farkındadır ve bunun için canını ortaya koymuştur.²¹

Durumun ciddiyetini anlayan Elçibey ve arkadaşları SSCB aleyhinde çalışmalar yaparak bir örgüt kurmaya karar verirler. Mısırdan döndükten sonra arkadaşları *Malik Mahmudov, Alim Hasayev ve Rafik İsmailov*'la görüşür ve gruplar halinde hareket etmeye başlarlar. Görev her grubun kendi grubuna üçer kişiyi daha eklemesidir. Nitekim işler pek umdukları gibi yürümez ve teşkilat tam anlamıyla kurulamaz. Bunda acemilikleri ve sürekli peşlerinde takipte olan KGB ajanlarının etkisi büyüktür. Bu süreç bir süre devam etmiş daha sonra bireysel olarak hareket etmeye başlamışlardır. Bununla birlikte şunu da belirtmek gerekir ki Elçibey Mısır'da görevde bulunduğu süre zarfında Azerbaycan adına siyasi ilişkilerde bulunmuş bu çalışmaları yüzünden Sovyet rejimi idari makamlarından uyarılar almıştır. Bu görevin sona ermesinde de bu faaliyetleri etkili olmuştur.²²

3. Mısır Dönüşü Akademisyenlik

Mısırdan döndükten sonra Üniversitede Şarkiyat bölümünde öğretim üyesi olarak göreve başlamış ve Türk devletleri üzerine ilmi çalışmalarına ağırlık vermiştir.²³ Aynı zamanda bir akademisyen olarak öğrencilerine milli bilinci aşılama için çalışmıştır. Derslerinde bağımsızlığın önemi ve kazanılması gerektiği üzerinde durarak propaganda çalışmalarına devam etmiştir. 1960'ların baskıcı rejimi dahi bir düşünce adamı olarak onun fikirlerini söylemesine engel olamamıştır. Dahası bu hareket kendisini hızla Azerbaycan'ın gelecekteki bağımsızlık mücadelesi için başlattığı sürecin lideri yapmıştır. Bu süreçte bile yaptığı her şeyi büyük bir gizlilik içerisinde yapmaya dikkat etmiştir. Zira KGB kendisini sürekli izlemektedir. Bu nedenle adımlarını daha dikkatli atması gerekmektedir. Fakat daha önce de belirttiğimiz gibi kurmak istedikleri siyasi teşkilat istedikleri gibi faaliyet gösterememiş ve örgüt üyeleri ferdi olarak propaganda çalışmalarına devam etmiştir. Bu nedenle faaliyetlerin daha gizli yürütülmesi gerekmektedir. Nitekim yaşadıkları toplumun ve Azerbaycan'ın geleceği yürütülen bu faaliyetlere bağlıdır ve Elçibey bunu çok iyi bilmektedir.²⁴

Artık zamanını ve enerjisini millî şuurun uyanması için çalışmalara ayırıyor ve başında bulunduğu örgütü kimliğini gizli tutarak yönetmeye devam ediyordu.

²¹ Yeniçeri, *Bir Ebulfez Elçibey*... s.8.

²² Güler, *Elçibey*, s.22.

²³ Açıkgöz, *Ebulfez Elçibey*... s.19. Gezenferoğlu, *Ebulfez Elçibey*... s.43.

²⁴ Yeniçeri, *Bir Ebulfez Elçibey*... s.3. Tahirzade, *Elçibey'le 13 Saat*... s.292.

Üniversitede öğretim üyesi olarak çalıştığı dönem çalışmalarının yayılması ve hızlanması için oldukça etkili olmuştur. Zira derslerde İran ve Türk tarihi ile alakalı tüm tartışmalarda konu Azerbaycan'a gelmekte ve Elçibey gençlerle Azerbaycan'ın Türk kimliği ve kökeni hakkında önemli bilgiler paylaşmaktadır.²⁵

Bu söyleşilerde hem Azerbaycan'ın Türk yurdu olmasından hem de Azerbaycan topraklarında yaşayan nüfusun neredeyse tamamının Türk olduğundan bahsettiği için gençler Elçibey'i can kulağı ile dinlemiştir.²⁶ Bu da Elçibey'in yaymak istediği ideolojinin işini kolaylaştırmıştır. Özellikle *"Azerbaycanlı adı bize sonradan verilmiş bize. Hepimiz Türk'üz ve Türklüğümüzle her zaman gurur duymalıyız."* sözleri kulaktan kulağa giderek yayılmıştır.²⁷ Görüldüğü üzere Ebulfez Elçibey gerçekleştirmek istediği tek ideoloji için hayatının her anını sabırla ilmek ilmek örmüştür.

Buna mukabil Elçibey ve örgüt çalışmaları artık daha fazla dikkat çekmektedir ve gerek üniversite yönetimi gerekse KGB ajanları durumdan rahatsız olmaya başlamıştır. Moskova'dan Elçibey'in bir an önce öldürülmesi için talimatlar verilmiş Elçibey'in üniversite de alacağı Doçentlik unvanı da rafa kaldırılmıştır. Ağır bedeller ödemeye devam eden Elçibey'e bir darbe de ders verdiği öğrencilerden gelmiş ve bir tanesi KGB'ye Elçibey'in öğrenciler arasında yaptığı çalışmaları anlatan bir mektup yazmıştır. Dahası aynı öğrenci ihbar mektuplarına devam etmiş ve Elçibey KGB tarafından göz hapsine alınmıştır. Nitekim örgütün işleyişi hakkında yeterli bilgiye ulaşamayan KGB Elçibey'in bizzat şahsı ile uğraşmaya başlamıştır. Sonuç olarak gelen ihbarları değerlendiren KGB'nin verdiği bilgiler doğrultusunda Sovyet Sosyalist Cumhuriyet Başsavcılığı, Elçibey'in 13 Kasım 1974 tarihinde tutuklamasına karar vermiştir.²⁸

Amcasının tutuklanmasını yeğeni Saadet Hanım ve kuzeni şöyle anlatır:

"Seyfettin yorgana bürünmüş vaziyette gidip kapıyı açtı ve hiçbir şey olmamış gibi geri yattı. Gelenler KGB'den geldiklerini, arama yapacaklarını söylediler. Benim yatağım perdeyle bölünmüştü. Onların sesini duyduğum zaman hemen emminin bavuluna el attım. Burada onun iki yazısı ve Türkiye bayrağı vardı, bayrağı koltuğumun altına gizledim. Perdenin arkasından hareketlerimi görüp ne yaptığımı sordular ben de sinirli bir şekilde 'Giyinmeyeyim mi?' dedim. Sonra hiçbir şeye el değdirmememizi söylediler. Komşumuz Rahim'i de şahit getirdiler.

²⁵ Akyol, Azerbaycan Sovyetler ve... s.146-147. Gezenferoğlu, Ebulfez Elçibey... s.45.

²⁶ Tahirzade, Elçibey'le 13 Saat... s.186.

²⁷ Gezenferoğlu, Ebulfez Elçibey... s.45.

²⁸ Şeyda Kemalöğlu-Muhammed Kemalöğlu, *Elçibey'in Düşünceleri ve ...*, s.465. Güler, Elçibey... s.25.

Kitaplıktaki kitapları sayfa sayfa aradılar, bu sırada bir kitabın içinden Atatürk'ün resmi yere düştü. O an heyecan kapılan komşumuz Rahim. Atatürk, diye söylendi. Başka bir kitabın arsından da Hüseyin Cavid'in:

“Biz kimsenin yok kimsesi- Ey kimsesizler kimsesi” şiiri çıktı. Başka yerlerden de 15 sayfalık el yazısı çıktı. Sayfanın birinde yazılanlar KGB elemanlarını hayrete düşürdü orada şöyle yazılmıştı: “Oğlum yağmur bugün senin bir buçuk yaşın tamamlandı. Ben kendi vasiyetnamemi bitiriyorum. Benim öğütlerimi kendi kulağına küpe et. İyi Türk ol! Komünizm bizim düşmanımızdır. Görüyor musun bizim ne çok düşmanımız var. Savaşa hazır ol. Allah sana yar olsun. “Daha sonra evden “Birliğin üyelerine ilk söz,” “Azerbaycan'ın birleştirilmesi üzerine düşünceler,” “Yurdun azatlığı ne demek” adlı birçok yazı ve şiiri KGB ajanları gördüler.”²⁹

4. 1.5 Yıllık Hapishane Süreci ve Zindanlar

Daha önce de soruşturma geçiren Elçibey belgelerin kendisine ait olduğunu inkâr etmeyecekti ve bunu sorgusunda kabul edecekti. Bundan sonra da birçok sorguya alınacak ve her defasında hayatını adadığı ideolojisi için yaptığı hiçbir şeyi inkâr etmeyecekti. Aslında çıkarıldığı mahkemede 1,5 yıl hapse mahkûm edilen Elçibey'i ölümden Haydar Aliyev kurtarır³⁰ ancak Elçibey için daha zor ve sıkıntılı günlerin başlangıcı olmuştur. Nitekim KGB'nin sorgu, tehdit ve işkenceleri giderek artmıştır. 1 yıl 6 ay hapis cezasına çarptırılan Elçibey bu cezanın 6 ayını KGB zindanlarında geçirmiş geriye kalan 1 yılını ise taş ocaklarında işkence ile bitirmiştir³¹.

Bu zorlu süreç arasında 1979 yılının Eylül ayında akrabası Halime Hanımla evlenen Elçibey'in *Çilenay* ve *Erturgut* isiminde iki evladı olur. Halime hanım ve çocukları da Elçibey ile bu hayatta tüm zorluklara göğüs germeye çalışırlar³².

Ebulfez Elçibey'in evliliğinden önce 1 buçuk yıl hapis yattığı dönem aynı zamanda Azerbaycan Halk Cephesi Partisinin de temellerinin atıldığı dönem olmuştur. Bu süreçte ona sırt çevirenler olduğu kadar her anında yanında olan dostları da olmuştur. Üniversite kapılarının yüzüne kapatıldığı bu dönemde Gorbaçov'un iktidara gelmesinden sonra artık Elçibey Azerbaycan'daki dernekleşme faaliyetlerinin tam merkezinde yer alır³³. Ancak genel olarak

²⁹ Şeyda Kemaloğlu-Muhammed Kemaloğlu, *Elçibey'in Düşünceleri ve ...* s.472. Güler, Elçibey... s.25-26.

³⁰ Ülkü, Bağimsızlıktan sonra Azerbaycan... s.29.

³¹ Güler, Elçibey... s.32.

³² Gezenferoğlu, Elçibey... s.112. Güler, Elçibey... s.40.

³³ Akyol, Azerbaycan Sovyetler ve... s.146.

gidişat iyi değildir ve bu tarihlerde Ermenistan'da yaşayan Türkler Moskova'nın da desteği ile Ermeniler tarafından katledilmeye başlamıştır³⁴. Sonuç olarak ise Sovyet yardımı ile Azerbaycan toprakları Ermenilere verilir. Artık Ermeniler ve Sovyet Rusya açıkça Türklere yani Azerbaycan halkına karşı büyük bir savaş açmıştır. Bu olaylar karşısında sessiz kalmayan Elçibey önce açık hava mitingleri düzenlemeye başlar. Ona göre bunlar halkın uyanışıdır ve AHC'nin (Azerbaycan Halk Cephesi) kuruluşuna giden adımlardır.³⁵

Bağımsızlık mücadelesinin verildiği bu yıllarda Ermeniler Türkleri katlederek Azerbaycan sınırlarında bulunan Dağlık Karabağ topraklarına da saldırmıştır³⁶. Şüphesiz Dağlık Karabağ sorunu sadece Azerbaycan ve Ermenistan'ı değil, tüm bölgeyi etkilen bir çatışmaya dönüşmüştür.³⁷ Karabağ, Azerbaycan'ın ayrılmaz bir parçası olmakla birlikte tarih boyunca Azerbaycan'ın kültürel ve siyasi birliği içerisinde yerini almıştır. Ancak Çarlık Rusya'sı döneminde Karabağ'ın yukarı kısımlarına 1826 Rus işgali ile yerleştirilen Ermeniler ve Sovyet Rusya'sının bu bölgeyi özerk bölge yapması Karabağ'ın dünya gündemindeki yerini almasına neden olmuştur.³⁸

Rusya'nın da etkin siyasetiyle, Türk ve İslam kültüründen arındırılmış, tampon bir bölge oluşturma amacı ile Ermeniler bölgeye yerleştirilmesi³⁹ birçok alanda Azerbaycan'a maddi ve manevi büyük kayıplara uğrattığı gibi bu mesele Rusya'nın elinde Azerbaycan Demokratik Harekâtına karşı kullanılan ve bu hareketin gücünü kurmaya yönelik en elverişli vasıta olmuştur. Bölgede yaşayan Türklere saldırarak onları göçe zorlayan Ermeniler Türklerin hem topraklarına saldırmış hem de kanlı isyanlar başlatarak bazı girişimlerde bulunmaya başlamışlardır.⁴⁰ Ayrıca şu da göz ardı edilmemelidir ki, Azerbaycan Halk Harekâtına Dağlık Karabağ meselesi gerçekten darbe vurmuştur.⁴¹

Çünkü bu mesele yüzünden 1991'de Azerbaycan bağımsızlık yolunda ilerlerken Karabağ Ermenileri de Artsak Ermeni Cumhuriyeti'ni ilan etmiş ve Azerbaycan Parlamentosu anayasaya aykırı olduğu için karara sert tepki

³⁴ Güler, Elçibey... s.49.

³⁵ Elçibey, *Demokrasi ve İnsan Hakları*... s.8.

³⁶ Güler, Elçibey... s.50.

³⁷ Yılmaz, Kafkasya'da Çözümlemeyen... s.72.

³⁸ Demet Ş. Acer-Murat Çemrek, *Kafkasya'nın Kronikleşen*... s.114.

³⁹ Yılmaz, Kafkasya'da Çözümlemeyen... s.72.

⁴⁰ Bahadır Bumin Özarıslan, Soykırım Suçunun Önlenmesi ve Cezalandırılması Sözleşmesi Açısından Hocalı Katliamı'', *Hacettepe Hukuk Fakültesi Dergisi*, C:IV S:I, Yıl:2014, s.190.

⁴¹ Gezenferoğlu, Elçibey... s.124.

göstermiştir.⁴² Ermenilerin, Şaumyan bölgesindeki köylere saldırması üzerine Rusya başkanı Boris Yeltsin ve Kazakistan başkanı Nursultan Nazarbayev devreye girmiş ve iki liderin çalışmaları sonucunda, Ermenistan ve Azerbaycan anlaşmaya varmıştır. Bu ateşkesle Ermenistan; Karabağ'ın Azerbaycan'a ait olduğunu kabul edecek, bölgeye kendini yönetmek için birtakım olanaklar sağlanacaktır.⁴³

Görüşmelerin yapıldığı sırada bile çatışmaların devam ediyor olması. 20 Kasım 1991 tarihinde ise Azerbaycan'ın Ermenilerin ateşkesi uymadığını göstermek amacıyla davet ettiği Rus ve Kazak gözlemcilerin içinde bulunduğu helikopterin, Ermeniler tarafından düşürülmesi, Azerbaycan'ı Ermenistan'a giden demir yolunun kapatılması gibi birtakım önlemler almaya mecbur etmiştir.⁴⁴ Tüm bu olumsuz şartlar barış görüşmelerini sonuçsuz bırakmış ve 1992'de yaşanan olaylar sonucunda çatışmalar iki tarafın milli ordularının katıldığı bir savaş şekline dönüşürken her zaman olduğu gibi Rus askerleri Ermenilere destek vermiş ve 30 Ocak 1992'de Azerbaycan ve Ermenistan'ın AGİT üyesi olmasıyla birlikte Karabağ sorunu uluslararası bir boyut kazanmıştır.⁴⁵

Bununla birlikte İran'ın arabuluculuk faaliyetleri her iki tarafta da işe yaramazken 20 Şubat 1992'de Rusya'nın öncülüğünde Ermenistan ve Azerbaycan'ın dışişleri bakanları görüşerek ateşkes yönünde olumlu demeçler verir. Fakat henüz aradan bir hafta dahi geçmeden 26 Şubat'ta Ermeniler, Hocalı'da 600 Türk'ün öldürüldüğü bir katliam gerçekleştirirler. Azerbaycan hükümeti, bu saldırıları gerçekleştiren Ermeni ordusunda Rus askerlerinin de bulunduğunu açıklar.⁴⁶ Daha da vahim olan ise Rus Askerlerinden bazılarının, Ermeniler ile birlikte hareket ettiklerini itiraf ederek Azerbaycan'ın iddialarını teyit etmiş olmalarıdır.⁴⁷

5. AHC Başkanlık Süreci

Rus ordusu tarafından Ermeni saldırılarının desteklenmesi Azerbaycan'daki Komünist yönetime karşı olan tepkileri iyice arttırmış ve bunun sonucunda devlet

⁴² Araz Aslanlı, "Tarihte ve Günümüzde Karabağ Sorunu", *Avrasya Dosyası*, C.7, S.1, Ankara 2001, s.403.

⁴³ Mehmet Kengerli, "Azerbaycan'ın Karabağ Felaketi", *Azerbaycan Dergisi*, No :310 Temmuz Ankara, 1996, s.27.

⁴⁴ Mustafa Gökçe, İki Kardeş Devletin Ortak Sorunu: Karabağ Ve Ermeni Meselesi, *Yeni Türkiye*, 60, 2014, s.6.

⁴⁵ Aslanlı, Tarihte ve Günümüzde... s.405.

⁴⁶ Nazım Cafersoy, *Elçibey Dönemi Azerbaycan Dış Politikası (Haziran 1992-Haziran 1993)*, Ankara, 2001, s.72.

⁴⁷ Gökçe, İki Kardeş Devletin... s.7.

başkanı Ayaz Muttalibov 6 Mart 1992’de istifa etmek zorunda kalmıştır. Çünkü Muttalibov, muhalefet tarafından Yukarı Karabağ’daki Ermeni saldırılarına karşı gerekli tedbirleri almamakla suçlanmaktadır. Muttalibov’un istifasından sonra yaşanan süreçte ise 7 Haziran 1992’de gerçekleştirilen başkanlık seçimlerini AHC lideri Ebulfez Elçibey’in kazanmasıyla sonuçlanır.⁴⁸

Nitekim AHC’nin faaliyetleri sonucunda bile katliamların önüne tam anlamıyla geçilememiştir. Dahası günümüzde bile Karabağ’da hala Türk kanı akıtılmaktadır. Türkler bu bölgede hala öldürüyorlar, yakılıyorlar, esir ediliyorlar. Her ne kadar bu meselenin bir an önce çözümlenmesi gerekse de bu çözüm çıkar çatışmaları yüzünden sürekli ertelenmektedir. Bu yüzden de Dağlık Karabağ sorunu Türklerin kapanmak bilmeyen ve sürekli kanayan bir yarası olarak beklemektedir. Dahası 1988 Şubat’ında özerk bölgenin Ermenistan’la birleştirildiğine dair kararların alınması bölgedeki bağımsızlık hareketinin alevlenmesine sebep olmuştur⁴⁹. Daha sonra 1988 Aralık ayında Meydan Hareketi Sovyet orduları tarafından bastırılınca bağımsızlık için savaşıyan tüm birliklerin tek çatı altında toplanması gerektiği ortaya çıkmıştır.⁵⁰

“AHC öyle bir teşkilattır ki halkın ona hayati ihtiyacı var. Buna gör de AHC’de parçalanma olmaz. Biz birinci merhaleyi geçtik. Çünkü halkın siyasi hayatı faalleştikçe AHC’nin kuruluş biçiminde değişmeli, onun seçkili organlarına yeni kuvvetler gelmelidir. Biz şimdi ikinci merhaledeyiz. Ocak ayında geçilecek konferans da biz kurultay çağıracağız. Bu ise AHC’nin faaliyetinde üçüncü merhale olacak.”⁵¹

Aslında yukarıdaki sözler ile AHC’yi kurtuluş olarak gören Elçibey’in “Çamlıbel birliği” ile teşkilatlanmada ilk adımı attığı söylenebilir. Ardından 26 Ekim 1988’de yine kendisi tarafından kurulan “Varlık Cemiyeti” önemli bir adımdır. Bu cemiyet AHC yolunda kurulan ilk teşkilattır denilebilir⁵². Bunların yanı sıra 1987-1989 yıllarında faaliyetleriyle tanınan ve birçoğu Bakü Devlet Üniversitesi öğrencisi olan “Yurt Birliği” nin de azaldık hareketini savunan teşkilatlardan birisi olduğunu belirtmek gerekir⁵³. Ancak görülen odur artık daha büyük ve kapsayıcı bir birlik

⁴⁸ Gezenferoğlu, Elçibey... s.156.

⁴⁹ Cafersoy, Elçibey Dönemi Azerbaycan... s.9.

⁵⁰ Cafersoy, Elçibey Dönemi Azerbaycan... s.13.

⁵¹ Akyol, Azerbaycan Sovyetler... s.147.

⁵² Güler, Elçibey... s.52.

⁵³ Gezenferoğlu, Elçibey... s.116.

kurulmasının zamanı gelmiştir. Elçibey de bu konuyla alakalı “İlan etmekle Halk Cephesi kurulmaz, değişik kesimlerden insanlardan birleşip cepheyi kurmalıdır” diyerek asıl yapılması gerekene dikkat çekmiştir⁵⁴.

1988 Kasım’ında Ermeniler Şuşa yakınlarındaki “Tophane Ormanını” yok etme girişimi halkın tepkisine neden olmuş⁵⁵ ve alevlenen bu olaylarla 17 Kasım-5 Aralık tarihleri arasında Bakü’nün Azadlık Meydanında gerçekleştirilen 18 günlük miting “Meydan Hareketi” olarak tarih sayfalarındaki yerini alır⁵⁶. Dağıtılan miting sonrası KGB ajanları tarafından tekrar tutuklanan Elçibey yine hapsedilmiş ve “Bayıl Zindanı” na götürülmüştür. Burada 1 ay kadar kalmıştır. Bu süreçte evi tekrar aranan Elçibey’in Elçibey’in yeğeni Adalet Memmedov o günleri şu sözlerle anlatmıştır:

“1988 yılının aralık ayı idi. Ben eve geldiğimde 2 Rus askerinin evde arama yaptığını gördüm. Duvarda ise Atatürk’ün üniformalı portresi asılı idi. Askerler onun kim olduğunu sorunca bende ‘‘Ulu Babam’’ (dedem) cevabını verdim. Rütbesinin ne olduğunu sorduklarında ise Mareşal dedim. Sonra o Rus askeri yanındakine heyecanla: ‘‘Biliyor musun biz bir Mareşalin evini arıyoruz dedi.’’

Meydan hareketinde Azerbaycan Türklerinin en önemli isteği şüphesiz Milli Ordu’nun kurulmasıydı. Nitekim halk daha büyük ve güçlü bir teşkilat istiyordu⁵⁷. Nihayetinde AHC’nin kuruluş toplantısı yapılmış ve toplantıya bütün vilayetlerden temsilciler katılmıştı. Birçok temsilci toplantıda Ermeni zulmü üzerinde durmuş, Aksakallılar şurası, AHC yönetim kurulu ve diğer kurullar seçilmiş sıra AHC’nin başkanının seçilmesine gelmiştir⁵⁸. Elçibey oybirliği ile Azerbaycan Halk Cephesi’nin başkanı seçilmiş ve Sovyet Rusya’sına karşı Elçibey önderliğinde mücadelesine devam etmiştir⁵⁹. AHC’nin benimsemiş olduğu siyaset ve dünya görüşünü şu sözleri ile dile getirmiştir:

“Biz isteriz ki ideolojimiz demokrasiye olsun. Pantürkizm, Panislamizm yoktur. Bunlar halkları ezmek için uydurulmuş bahanelerdir. Üzeyir Hacıbeyov (dünyaca ünlü kompozitör-bestekar) diyor ki: ‘‘Bilir misiniz bize niye vahşi deyinler? Başımızı kesen de vahşinin başını kestik

⁵⁴ Apuhan, , Atatürk’ün Askeri... s.25

⁵⁵ Ülkü, Bağımsızlıktan Sonra Azerbaycan... s.42.

⁵⁶ Cafersoy, Elçibey Dönemi Azerbaycan... s.12.

⁵⁷ Güler, Elçibey... s.52-53.

⁵⁸ Ülkü, Bağımsızlıktan Sonra Azerbaycan... s.43.

⁵⁹ Güler, Elçibey... s.55.

demek için. Emperya siyasetlerinde bu damgalar hazırlanır, ondan sonra makinlar (makinalar) hareket eder, başları kesilir. Bizim hareketimiz demokrasiye hareketidir. Bu aynı zamanda milletin özünün müdafası içindir. Bütün Türkler eğer bir tesianüde (dayanışmaya) girerlerse, iktisadiyat ve medeniyetlerini birleştirirlerse, bu demektir ki baskılara dayanabilirler. Demek ki bu, tarihen meterakki (ilerici) bir harekettir, yani insanı müdafaa içindir, hücum için değildir. Şimdi Avrupa'da demokrasiye var. Demokrat hareketlere burada ve Çin'de baskı olabilir. Bunun için de Pantürkizm adından çıkış yapabilirler. Türklerin ihtiyacı Pantürkizm değil demokrasiyadır.”⁶⁰

Azerbaycan'ın Azadlık Hareketi AHC çalışmaları ile daha sistemli bir şekilde ilerleyecektir⁶¹. Zira AHC Azerbaycan halkının farklı kesimlerini bir araya getiren bir partidir⁶². Dahası ıslahatçı bir yapıda olduğu için hem iktidarda hem de muhalefette bulunduğu süreçte siyasi ve iktisadi olarak önemli teşebbüslerde bulunmuştur. Bu zorlu ve bir o kadar da kanlı süreçte Azerbaycan Sovyet Rusya'nın sürekli saldırısına maruz kalmasına rağmen Bağımsız Devletler Topluluğuna girmemiş ve Kızıl ordu askerlerine direnmeye devam etmiştir. Böylece müstakil bir devlet niteliğine kavuşmuştur. Nitekim bu gelişmelerin birçoğu Elçibey önderliğinde kurulmuş olan AHC döneminde tamamlanmıştır. AHC'nin önemli başarılarına imza attığı yıllarda birçok Türk halkının yaşadığı Sovyet Rusya toprakları ise 20.yüzyılın ilk dönemlerine kadar oldukça kanlı savaflara ve soykırımlara sahne olmuştur. Şüphesiz bunlar arasında “20 Ocak 1990 Yanvar Katliamı” en kanlı bitenlerdendir.

6. Cumhurbaşkanı Seçilmesi

1990 yılı ocak ayında Sovyet Rusya askerleri tanklarla Azerbaycan'ın başkenti Bakü'ye girerek, komünist rejime karşı mücadele veren Azerbaycan halkına ateş açmış ve aynı gece 143 kişinin ölümüne 750 kişinin yaralanmasına ve 400 kişinin işkence ile gözüaltına alınmasına sebep olmuştur⁶³. Hiçbir soruşturmaya tabi tutulmayan bu katliam hem Sovyet rejimi hem de Gorbaçov için Rusya tarihinde kara bir leke olarak tarihe geçmiştir. Bu kanlı olaydan sonra Kızıl ordunun Bakü'de aylarca sıkıyönetim uygulaması sonucu AHC lideri Elçibey halkın huzuru ve güvenliği için mücadelesini yavaşlatmak zorunda

⁶⁰ Bakiler, Elçibey... s.20.Akyol, Azerbaycan Sovyetler ve... s.147-48.

⁶¹ Apuhan, , Atatürk'ün Askeri... s.34

⁶² Güler, Elçibey... s.58.

⁶³ Cafersoy, Elçibey Dönemi Azerbaycan... s.23.

kalmıştır⁶⁴. Azerbaycan halkının ve Elçibey'in bu kanlı olaydan sonra sergilediği kararlı tutumla “Yanvar faciası” büyük kayıplar la da olsa atlatılmıştı. Sonrasında ise Muttalibov'un istifa etmesi ile Azerbaycan'da yeniden cumhurbaşkanlığı seçimleri yapılması kararı alınmış ve Ebulfez Elçibey acele alınmış olan bu kararı şu sözleri ile eleştirmiştir:

*“Vatanın ve milletin bu zor günlerinde seçimlere gitmemeliyiz. Cumhurbaşkanını seçmeye acele ediyorsunuz, üç ay sonra seçeceğiniz cumhurbaşkanını bir yıl sonra indireceksiniz. Çünkü Azerbaycan'da demokratik seçimlerin yapılabilmesi için müsait bir ortam oluşmamıştır. Şimdi kim cumhurbaşkanı seçilse alkışlayacaksınız. Önceki cumhurbaşkanı iki ay önce bu kürsüden konuşurken, burada oturanlar onun dediklerini başlarıyla tasdikliyorlardı. O, iktidardan indirilirken de başlarıyla tasdiklediler. Bu şekilde devlet kurulamaz.”*⁶⁵

Sancılı seçim süreci devam ederken 1991 yılı SSCB 'nin sonu olmuş ve 25 Aralık 1991 tarihinde Mihail Gorbaçov'un istifa etmesiyle Sovyetler Birliği'ni teşkil eden cumhuriyetler bağımsızlığını kazanmaya başlamıştır. Böylece 26 Aralık 1991'de Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği dağılmıştır. Sovyet Rusya'nın dağılma sürecinden sonra Azerbaycan, bağımsızlığına kavuşmuş Rusya'nın da dağılmasın da önemli rol oynamıştır⁶⁶. Artık SSCB'nin tarih sahnesinden silinmesiyle birlikte dünyada yeni bir dönem başlarken⁶⁷ Bağımsızlığını kazanan Azerbaycan tarihi ise yeniden yazılmaya başlamıştır. İstifa eden Muttalibov'un yerine vekâleten Yakup Mehmedov getirilmiş⁶⁸ 1992'de düzenlenen Cumhurbaşkanlığı seçimiyle de Ebulfez Elçibey Azerbaycan Cumhuriyetinin başına geçmiştir.⁶⁹

7. Anıtkabir Ziyareti ve Mustafa Kemal'in Huzuruna Çıkması

Ebulfez Elçibey, Azerbaycan Cumhurbaşkanı olduktan sonra ilk yurt dışı ziyaretini Türkiye'ye gerçekleştirmiştir⁷⁰. Buna mukabil Türkiye Rusya ve İran

⁶⁴ Saray, Yeni Türk Cumhuriyetleri... s.64.

⁶⁵ Apuhan, , Atatürk'ün Askeri... s.42

⁶⁶ İbadov, Bağımsızlıktan Sonra... s.6.

⁶⁷ Babayeva, Haydar Aliyev... s.12.

⁶⁸ İlham Hasanov, Haydar Aliyev Dönemi Azerbaycan Dış Politikası, Ankara 2003, s.26.

⁶⁹ Vafa Babayeva, Haydar Aliyev Dönemi Türkiye-Azerbaycan İlişkileri, İstanbul Mayıs 2013, s.12. (yüksek lisans tezi.)

⁷⁰ Fuat Bozkurt, Türklerin Dili, Ankara 1999, s.389.

ile olan siyasi politikasını dengelemek adına temkinli davranmayı seçmiş ve Azerbaycan Cumhuriyeti'nin istediği şekilde yanında olamamıştır. Tüm bunlara rağmen iki kardeş ülke arasındaki koparılamayacak kan bağının farkında olan Elçibey ikinci defa Türk Cumhuriyetlerinin devlet başkanlarının zirve toplantısına katılmak için Türkiye'ye geldiğinde Türk askerinin büyük jesti ile karşılanır. Türk hava sahasına girmesinden sonra Ankara'ya kadar olan yolculuğunda uçağına Türk jetleri eşlik eder. Havaalanında büyük sevgi gösterileriyle karşılanır. Ziyareti sırasında Gazi Mustafa Kemal Atatürk'ün mezarını ziyaret ederek Anıtkabir özel defterine şu notu düşmüştür:

“Ne mutlu Türküm diyene” “Sizin askeriniz Ebulfez Elçibey”.⁷¹

⁷¹ Güler, Elçibey... s.95-97.

KAYNAKÇA

1. ACER Demet Ş.- ÇEMREK, Murat (2008), “Kafkasya’nın Kronikleşen Çatışma Alanı: Dağlık Karabağ Özerk Bölgesi,” Karadeniz Araştırmaları, Sayı:8. İzmir.
2. AÇIKGÖZ, Halil (1993), Ebülfeyz Elçibey Azadlık ve Demokrasi, İstanbul.
3. AKYOL, Taha (1990), Azerbaycan Sovyetler ve Ötesi, İstanbul.
4. APUHAN, Şevket Talha, (2012), Atatürk’ün Askeri Elçibey, İstanbul.
5. ASLANLI, Araz (2001), “Tarihte ve Günümüzde Karabağ Sorunu”, Avrasya Dosyası, Cilt:7, sayı:1, Ankara.
6. BABAYEVA Vafa, (2013), Haydar Aliyev Dönemi Türkiye- Azerbaycan İlişkileri, Mayıs. İstanbul.
7. BAKILER, Yavuz Bülent (2001), Elçibey, İstanbul.
8. BOZKURT, Fuat, (1999) Türklerin Dili, Ankara.
9. CAFERSOY, Nazım (2001), Elçibey Dönemi Azerbaycan Dış Politikası (Haziran 1992-Haziran 1993), Ankara.
10. GEZENFEROĞLU, Fazil (1995), Ebulfez Elçibey Tarihten Geleceğe, İstanbul.
11. GÖKÇE, Mustafa (2014), İki Kardeş Devletin Ortak Sorunu: Karabağ ve Ermeni Meselesi, Yeni Türkiye, sayı:60. Ankara.
12. ÖZDOĞAN Günay Göksu- İNCİOĞLU Nihal- KUT Gün- KUT Şule- SUNGUR, Nesrin (1994) Bağımsızlığın İlk Yılları, Azerbaycan, Kazakistan, Kırgızistan, Özbekistan, Türkmenistan, Ankara.
13. GÜLER, Uğur (2006), Elçibey, İstanbul.
14. GÜRCAN Dağdaş, (2006), Düşünceye Davet, Ankara.
15. HASANOV, İham (2003) Haydar Aliyev Dönemi Azerbaycan Dış Politikası, Ankara.
16. KEMALOĞLU, Şeyda-KEMALOĞLU, Muhammed (2007), Elçibey’in Düşünceleri ve Kanun Devleti, Ankara.
17. KENGERLİ, Mehmet (1996), “Azerbaycan’ın Karabağ Felaketi” Azerbaycan Dergisi, No:310 Temmuz, Ankara.
18. ÖZARSLAN, Bahadır Bumin (2014), “Soykırım Suçunun Önlenmesi ve Cezalandırılması Sözleşmesi Açısından Hocalı Katliamı” Hacettepe Hukuk Fakültesi Dergisi, Cilt:4, sayı:1. Ankara.
19. SİYABLI, Elesger: Müellimim, Liderim, Prezidentim Ebülfeyz Elçibey, Elm ve Tehsil, Bakü 2018.
20. TAHIRZADE, Adalet (2001), Elçibey’le 13 Saat, İstanbul.
21. ÜLKÜ, İrfan (1998), Bağımsızlıktan Sonra Azerbaycan, İstanbul.

- 22.YENİÇERİ, Özcan (2010), “Bir Ebulfez Elçibey Vardı!” Türk Yurdu Dergisi, Haziran Yıl:99, Cilt:30, sayı: 274.Ankara.
- 23.YILMAZ, Reha (2013) “Kafkasya’da Çözölemeyen Kördüğüm: Dağlık Karabağ Sorunu,” Çankırı Karatekin Üniversitesi Uluslararası Avrasya Strateji Dergisi 2 (1).

4. Bölüm

Dizilerde Kadına Yönelik Erkek Şiddetiyle Mücadelenin Toplumsal İmgesi: Merhamet Dizisi Örneği

Aslı TELSEREN ÖMEROĞLU¹

¹ Dr. Öğr. Üyesi; Doğuş Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Sosyoloji Bölümü / Araştırmacı Paris Üniversitesi, Laboratoire de changement social et politique. atelseren@dogus.edu.tr ORCID No: 0000-0003-3697-9858

ÖZET

Bu makalede, Türkiye'de üretilen dizilerde kadına yönelik erkek şiddetin ele alınış biçimleri ve kadın karakterlerin şiddetle mücadele yöntemlerine feminist bir perspektiften odaklanılmaktadır. Toplumda var olan iktidar ilişkilerinin bir sonucu olarak meydana gelen şiddet, mevcut iktidar ilişkilerinde ikincil konumda olanları hedef alır, bunların en başında ise kadınlar gelmektedir. Her gün onlarca kadın fiziksel, cinsel, ekonomik ve psikolojik şiddete uğramaktadır. Kadına yönelik erkek şiddeti Türkiye'nin en önemli sorunlardan biri olduğu için Türk dizilerinde sıkça karşımıza çıkan olgulardan biridir. Diziler gibi popüler kültür ürünlerinde kadına yönelik erkek şiddeti sorununun ele alınması, toplumun bilinçlenmesi ve toplumsal bir farkındalık yaratılması için önemli bir adım olabilir. Bu çalışma, Türkiye'de üretilen dizilerde kadına yönelik şiddetin ele alınma biçimleri ve kadın karakterlerin şiddetle mücadele yöntemleri üzerine odaklanarak, 13 Şubat 2013 – 12 Mart 2014 tarihleri arasında Kanal D'de yayınlanan Merhamet dizisi örneği üzerinden toplumsal cinsiyet eşitliğinin sağlanması ve kadına yönelik erkek şiddeti sorununun çözümüne katkı sağlamayı amaçlamaktadır. Makale temel olarak Merhamet dizisindeki kadın karakterlerin uğradıkları şiddet biçimleriyle mücadele yöntemlerini feminist bir perspektiften inceleyerek, söz konusu temsiller kadınların güçlenmesi ve toplumsal cinsiyet eşitliği için bir model oluşturabilir mi? sorusu üzerinde durmaktadır. Bu soruya cevap bulabilmek için öncelikle, Türkiye'nin dizi izleme alışkanlıkları ve üretimi, kültür endüstrisi bağlamında dizilerin önemi ile dizilerin toplumsal ve kültürel imgeseli konularına değinilmiştir. İkinci olarak, diziler ve izleyiciler arasındaki etkileşim, sosyopolitik bağlam ve kadınların dizilerdeki temsilleri üzerinde durulmuştur. Üçüncü olarak, kadına yönelik erkek şiddeti üzerinde durulmuş, bu bağlamda hem Türkiye'de kadına yönelik erkek şiddeti sorunu hem de dizilerde söz konusu erkek şiddetinin ele alınması konuları tartışılmıştır. Son olarak ise Merhamet dizisindeki karakterlerin hikayeleri ve yaşadıkları ele alınarak söz konusu dizide kadınların şiddetle mücadele yöntemleri ve feminist bir perspektiften şiddetle mücadele olgusu ele alınmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kadına yönelik erkek şiddeti, şiddetle mücadele, merhamet dizisi, sosyopolitik bağlam, diziler.

GİRİŞ

Türkiye, dünyada en çok dizi izleyen ülkelerden biridir. Dizilere olan talep, yapımcılardan da karşılık bulmaktadır. 2015 yılı verilerine göre Türkiye’de her yıl 100’den fazla dizi üretilmektedir (Sirman, 2017). İlk kez, 1975’te TRT’de yayınlanan Aşk Memnu adlı diziyi 1981’de Fransa’ya ihraç eden Türkiye, 2019 itibarıyla Amerika Birleşik Devletleri’nden sonra en çok dizi ihraç eden ülke konumundadır (Uştuk, 2019). 2022 yılında ise 100 civarı Türk dizisinin 150 ülkeye ihraç edildiği bilinmektedir (Kılınç, 2022). Bu açıdan bakıldığında diziler hem ekonomik bir gelir kaynağı hem de bir iletişim aracı olarak ele alınmalıdır. Kültür endüstrisi (Adorno, 2007) bağlamında ele aldığımızda sanatsal bir faaliyet olan diziler aynı zamanda birer metadır, yani alınıp satılabilen, ticari amaçla üretilmiş bir üründür ve izleyiciye ulaştığı anda görevlerinin büyük kısmını yerine getirmiş olurlar. Kültür endüstrisinin önde gelen unsurlarından olan diziler, kurdukları anlatılar üzerinden seyircilere kendi özel alanlarında ulaşabilmektedirler.

Sanatsal olarak kurgulanmış gerçekçi dizilerde temsiller, toplumsal olanın hem alegorisini hem de teorisini içermektedir. Bir yandan kurgulanmış olanın kendisini ifade etmesine izin vererek diğer yandan toplumun imgelemine yansıtarak toplumsal bir tahayyülü görünür kılarlar (Hall, 2008: 274). Güçlü bir ideolojik aygıt olan diziler, herkesin bir parçası olduğu ancak gösterilmesinin yalnızca özel alanda kabul edildiği özdeşleme mekanizmalarına ve imgelemlerine dayanırlar. Bu perspektiften bakıldığında, dizilerdeki temsiller, toplumsal ve kültürel olarak inşa edilen, dolayısıyla da verili bir toplumsal formasyona özgü olan kolektif imgeselden beslenir (Le Bihan, 2007: 22). Bu şekilde, diziler ve seyirciler arasında bir karşılıklılık ortaya çıkmaktadır. Bu bağlamda Türkiye’de üretilen dizilere baktığımızda dizilerde ele alınan konularla ve üretilen temsillerle, Türkiye’de deneyimlenen sorunlar arasında bir paralellik görülmektedir (Akınerdem ve Sirman, 2018). Kadına yönelik erkek şiddeti de Türkiye’nin en önemli sorunlardan biri olduğu için Türk dizilerinde sıkça karşımıza çıkan olgulardan biridir. Her gün onlarca kadın fiziksel, cinsel, ekonomik ve psikolojik şiddete uğramaktadır. Bu açıdan bakıldığında her ne kadar durum iç karartıcı olsa da ölümle sonuçlanmadığı takdirde şiddetle mücadele ederek şiddet döngüsünden çıkabilen kadınlar güçlenerek hayatlarına devam etmektedirler.

Diziler gibi popüler kültür ürünlerinde kadına yönelik erkek şiddeti sorununun ele alınması, toplumun bilinçlenmesi ve toplumsal bir farkındalık yaratılması için önemli bir adım olabilir. Bu çalışma, Türkiye’de üretilen dizilerde kadına yönelik şiddetin ele alınma biçimleri ve kadın karakterlerin şiddetle mücadele yöntemleri üzerine odaklanarak, 13 Şubat 2013 – 12 Mart

2014 tarihleri arasında Kanal D’de yayınlanan Merhamet dizisi örneği üzerinden toplumsal cinsiyet eşitliğinin sağlanması ve kadına yönelik erkek şiddeti sorununun çözümüne katkı sağlamayı amaçlamaktadır.

2013 yılı Türkiye’de birçok kırılma noktasını içinde barındıran bir dönem olması nedeniyle ve bir önceki yıl, yani 2012’de, 6284 sayılı Ailenin Korunması ve Kadına Karşı Şiddetin Önlenmesine Dair Kanun’un yürürlüğe girmesinden ötürü kadın hakları ve toplumsal adaletle ilgili verimli tartışmaların gerçekleştiği bir dönemdir. Bu nedenle, böyle bir çalışma yapmak için 2013 yılında yayın hayatına başlayan 40 dizi içerik analizi yöntemiyle incelenerek, bunların içinden haftalık olarak yayınlanan dram türündeki kurgu hikayeleri ele alan dizilere ulaşılmıştır. Bu dizilerin içinden 13 bölüm ve altında bölüm sayısına sahip olan diziler ile yabancı dizi uyarlamaları çıkarılmış ve güçlü kadın karakterleri olan dizilere yoğunlaşmıştır. Bu çalışma bağlamında güçlü kadın karakter ifadesi, erkeklerden destek almadan, kadın dayanışmasıyla hayatındaki zorluklarla mücadele eden kadın karakterleri işaret etmektedir. Elde kalan diziler arasından, yetişkin kadın karakterlerin mücadelelerine odaklanan ve dizide yer alan kadın karakterlerin kendi aralarında aşk ve erkekler dışında da sohbet konularını konuştuğu sahneleri içeren diziler seçilerek Merhamet dizisine ulaşılmıştır.

IMDb (Internet Movie Database) puanı 7.5 olan Merhamet, toplamda 44 bölüm olarak yayınlanmıştır (IMDb). Filmler, diziler, podcastler, televizyon programları hakkında bilgi bankası niteliğindeki çevrimiçi bir platform olan IMDb’de Haziran 2023 tarihinde Dünya genelinde 245.966 televizyon dizisi ile ilgili içerik bulunmaktadır (IMDb, 2023). Sitenin kayıtlı kullanıcıları söz konusu yapımlara 1 ve 10 arası bir puan vererek yorum yazabilmektedirler. Kendi alanında dünyanın en çok ziyaret edilen sitelerinden olan IMDb aylık iki yüz milyon tekil ziyaretçi tarafından ziyaret edilmektedir (IMDb, 2023). 1500 kişinin oylaması sonucu Merhamet dizisinin IMDb puanının 7.5 olması kendi türündeki diziler arasında öne çıkan bir yapım olduğunun işareti olarak değerlendirilmelidir. Hande Altaylı’nın Kahperengi adlı kitabından uyarlanan dizinin yönetmenliğini Çağatay Tosun, senaristliğini ise Mahinur Ergun yapmıştır (Kanal D). Dizi Narin isimli avukatın hayatını anlatmaktadır. Alkolik ve ailesine şiddet uygulayan bir baba ile büyüyen Narin, yoksul bir ailede yetişmiştir. Üniversiteyi kazanana kadar hem kendisi şiddete uğramış hem de annesinin ve kardeşlerinin şiddete uğramasına tanıklık etmiştir. Narin’in Yaslıhan adlı kurgusal bir kasabada başlayan hikâyesi, İstanbul’da devam etmiştir. Aile baskısıyla ve şiddetle mücadele eden Narin, üniversiteyi kazanınca büyükşehre gelerek ailesine izini kaybettirir, başarılı bir öğrenci olan Narin, mezun olduktan sonra başarılı bir avukat olacaktır. Hukuk fakültesinde

en yakın arkadaşı olacak varlıklı bir ailenin kızı olan Deniz ile tanışır ve iki kadın karakter hayatlarındaki güçlüklerle karşı birlikte mücadele ederler.

Bu çalışmada temel olarak Merhamet dizisindeki kadın karakterlerin uğradıkları şiddet biçimleriyle mücadele yöntemleri feminist bir perspektiften incelenerek, söz konusu temsiller kadınların güçlenmesi ve toplumsal cinsiyet eşitliği için bir model oluşturabilir mi? sorusu üzerinde durulacaktır. Bu soruya cevap bulabilmek için öncelikle, dizilerde kadınlara ve toplumsal cinsiyet rollerine ilişkin temsiller üzerinde durulacaktır. İkinci olarak, Merhamet dizisinin içinde üretildiği toplumsal bağlam incelenecektir, son olarak ise feminist bir perspektiften şiddetle mücadele olgusu ele alınarak Merhamet dizisindeki temsiller üzerinden incelenecektir.

DİZİLERİN SOSYOPOLİTİK ORTAMLA İLİŞKİSİ VE TOPLUMSAL İMGELEM: KADIN TEMSİLLERİ VE TOPLUMSAL CİNSİYET ROLLERİ

Taşıdıkları mesajları görüntü ve ses aracılığıyla hızla ileterek izleyicilerin dikkatlerini kendi üzerlerinde toplayan medya araçlarından biri olan diziler, izleyiciler ile egemen ideoloji arasında önemli bir köprü görevi görürler. Kendine has mantığa ve gerekliliklere sahip, imgeler, mitler, fikirler ve kavramlardan oluşan toplumsal ve tarihsel bir temsil sistemi olarak ideolojiyi iletme açısından önemli işlevleri olan medya araçları (Althusser, 1975) aynı zamanda ekonomik olarak da önemli bir işleve sahiptir. Bununla birlikte diziler dahil tüm medya ürünlerinin homojen bir dünya görüşünü dayattığını söylemek mümkün değildir. Hall'a göre popüler kültür içinde üretildiği ve yeniden üretildiği topluma ait bireylerin hayal gücünün yeniden inşasına katılması ve ait oldukları iktidar bloğunun ideolojisini yansıtması nedeniyle önemlidir (Hall, 2008). Dolayısıyla, toplumsal temsillerin ve pratiklerin hem bir yansıması hem de aracı olan iki dinamik vardır. Bu şekilde diziler var olan iktidar ilişkilerinin yeniden kurgulanmasında ve yeni iktidar ilişkilerinin üretilmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Egemen ideoloji ile izleyiciler arasında mesajların iletilmesindeki en önemli unsur bilgi vermek değil, bireyleri telkin etmek, insanların bilinçaltında yatan çağrışımları, duyguları ve fikirleri harekete geçirmektir, örneğin korku, mutluluk, cinsellik, ihtiyaç, mutluluk, önyargı, öz saygı, aidiyet, sosyal statü, kimlik, güvenlik vb. hakkındaki fikirleri harekete geçirmek izleyiciye hızlıca ulaşılmasını sağlamaktadır.

Sosyolojik açıdan dizilerin önemi, izleyici algıları ve yaşam tarzları üzerindeki etkisi ile ülkenin sosyal yaşamındaki yerinden kaynaklanmaktadır. Ancak bu durum, toplumun diziler üzerinde düzenleyici bir rol oynamasını engellemez. Dahası, kapitalist bir toplumun içine doğmuş olan dizi sektörü,

toplumsal normu belirleyen keskin bir ekonomik sisteme katılır. Ekonomiyle olan güçlü bağları ve kapitalist toplumlarda ekonomik vektörlerin merkezi konumu nedeniyle kültür endüstrisinin bir ürünü olan diziler, kendisine ideolojik bir rol veren politik ve ekonomik koşullardan etkilenir. Bu açıdan, diziler yalnızca sanatsal ve ekonomik bir araç değil, aynı zamanda sosyolojik ve politik bir araçtır.

Sosyalleşme sürecinde edinilen sosyokültürel kodlar, ideolojik, politik, toplumsal ya da kültürel mesajların aktarımını kolaylaştırarak izleyicinin mesajı anlamasını mümkün kılmaktadır. Zira sunulan imgelerin yan anlamları ve dolayısıyla izleyiciler tarafından anlamlandırılmaları sosyokültürel koşullara ve sosyopolitik bağlamlara göre değişebilmektedir. Bu bağlamda, Hall'un da işaret ettiği gibi, anlam (*denotation*) ve yan anlam (*connotation*) terimleri, belirli bağlamlarda, ideolojilerin ve söylemlerin bulunduğu farklı düzeyler arasında ayırım yapmak için kullanışlı analitik araçlardır (Hall, 2008:176). Temsillerde kullanılan sembolik dil, yaşam tarzlarının ve toplumsal normların, değerlerin ve modellerin sembolik çağrışımlarından oluşur. Cinsiyet, yaş, sınıf, ırk, etnisite, kültürel köken gibi özellikler bize izleyicilerin algıları ve beklentileri hakkında ipuçları verebilir. İzleyicilerin birey olarak içinde yaşadıkları sosyopolitik ve sosyoekonomik durumlardan doğrudan etkilenmesi, dizilerden algıladıklarını etkilemektedir. Bununla birlikte yönetmenler ve senaristler de toplumun birer üyesi oldukları için onlar da aynı süreçlerden etkilenirler. Bu çalışma kapsamında ele alınacak kadınların dizilerdeki temsilleri de dolayısıyla bu süreçlerden etkilenir. Merhamet dizisinin üretildiği döneme baktığımızda, Türkiye'nin toplumsal, politik ve ekonomik alanlarda çeşitli krizler yaşadığı ve 2000'li yıllarda izlenen toplumsal cinsiyet politikalarından yavaş yavaş vazgeçildiği bir döneme denk düştüğü, bunun da dizide yer alan anlatılar üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu görülmektedir.

2010'lu Yılların İlk Yarısında Sosyopolitik Bağlam

Türkiye'nin 2010'lu yılları, milli görüş dini-politik hareketinden ayrılarak kurulan Adalet ve Kalkınma Partisi (AKP) iktidarı altında geçmiştir. Kendisini muhafazakâr ve liberal bir parti olarak tanımlayan AKP 2002'de iktidara geldiğinde, Türkiye'nin Avrupa Birliği'ne (AB) katılma hedefini öne sürerek Batı dünyasının bir parçası olarak liberal ekonomik ilkeleri takip edeceğini ve demokratik değerlere saygı duyacağını belirtmiştir (Acar ve Altunok, 2013). O dönemde Batı dünyasının siyasi ve ekonomik sistemine bağlılığını açıklayan AKP'yi seleflerinden ayıran temel farklardan biri, neoliberalizme olan bağlılığı olmuştur (Ertürk, 2016). Ancak iktidara geldiği 2002 yılından içinde bulunduğumuz 2023 yılına kadar AKP bir dizi değişim geçirmiştir ve her

değişim ülkenin içinde bulunduğu sosyopolitik durumu derinden etkilemiştir. Özellikle eğitim, aile, istihdam ve erkek şiddeti gibi çeşitli alanlarda toplumsal cinsiyet politikalarına ilişkin bir dizi değişiklik yaşanmıştır.

Bu süreçte yaşanan değişiklikler, AKP'nin 2002-2020 yılları arasındaki siyasi kimlik değişimleri hakkında ürettiği söylemler üzerinden incelenebilmektedir (Telseren, 2020). Bu durum, bir yandan AKP'nin yirmi yıl boyunca yürüttüğü toplumsal cinsiyet politikalarının aynı başlıklarda değişmesine, diğer yandan söz konusu alanlarda yönetilen toplumsal cinsiyet politikalarının anlamlarını tarihsel bir süreksizlik içinde anlamamıza neden olmaktadır. 2010'lu yılların ilk yarısı, her ne kadar erkek şiddetine karşı iki önemli yasa yapım süreciyle başlasa da sonrasında patriarkal, muhafazakâr ve neoliberal değerler dini söylemler ile birleşerek politika yapımında giderek daha baskın hale gelmiştir.

Bu çalışmada incelenecek Merhamet dizisinin çekildiği dönemi kapsayan 2010'lu yılların ilk yarısı, AKP'nin 21 yıllık iktidarının en karmaşık ve kaotik evrelerinden biridir. Söz konusu dönem, AKP'nin kimliğinde ve toplumsal cinsiyet politikalarında çoklu değişimlere neden olan çeşitli toplumsal ve politik bölünmeler içermektedir. Bu toplumsal ve siyasal kırılmalar arasında uzun süredir devam eden Türk-Kürt meselesine ilişkin sorunlara çözüm bulmak için geliştirilen Çözüm Süreci, tüm ülkeyi etkileyen Gezi Olayları, 7 Haziran 2015 Genel Seçimleri sonucunda AKP'nin meclisteki çoğunluğunu kaybetmesi, Çözüm Sürecinin sona ermesi ve Kasım 2015'te tekrar mecliste çoğunluğa sahip olması sayılabilir (Telseren, 2020). Bu dönem itibarıyla toplumsal cinsiyet politikaları giderek zayıflayacaktır. Bir yandan Kadınlara Yönelik Şiddet ve Aile İçi Şiddetin Önlenmesi ve Bunlarla Mücadeleye İlişkin Avrupa Konseyi Sözleşmesi (İstanbul Sözleşmesi) ve Ailenin Korunması ve Kadına Karşı Şiddetin Önlenmesine Dair Kanun (6284 sayılı Kanun) gibi kadın hakları açısından önemli kazanımlar elde edilirken, diğer yandan uzun süredir kadınların sahip olduğu kürtaj hakkı hükümet yetkililerinin muhafazakâr ve patriarkal söylemleri ile sorgulanmıştır.

Bu dönemde kadınları etkileyen ilk değişiklik, Kadından ve Aileden Sorumlu Devlet Bakanlığı'nın adının Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı'na çevrilmesiyle başlamıştır (Belge, 2011). Sonradan söz konusu bakanlığın adı tekrar değiştirilmiş ve bakanlık Çalışma Bakanlığıyla da birleştirilmiştir. Bu karar, ailenin kadınlara öncelenmeye başladığının ve daha muhafazakâr bir politika izleneceğinin bir göstergesi olarak okunmaktadır. Kadınları olumsuz olarak etkileyen diğer bir gelişme ise 5393 sayılı Belediyeler Kanununda yapılan değişiklikle belediyelere yüklenen sığınma evi açma sorumluluğundaki gerilemedir (Resmî Gazete, 2012). Yasa, önceden 50.000 üzeri nüfusa sahip

belediyelere kadın sığınma evi açma sorumluluğu getirirken, bu dönemde yapılan değişikliklerle 100.000 üzeri nüfusa sahip belediyelere sığınma evi açma zorunluluğu getirmiştir. Her ne kadar eski yasaya belediyeler tarafından tam olarak uyulmamış ve 50.000 üzeri nüfusu olan belediyelerin tamamı kadın sığınma evi açmamış olsa da bu düzenleme yasal düzeyde önemli bir gerileme olarak değerlendirilmelidir. Bu değişikliklerin yanı sıra, bu dönemde birçok alanda yapılan sosyal yardımlardan kadınların faydalanabilmelerinin kadınların aile içindeki eş, anne, dul gibi pozisyonlarından kaynaklandığı görülmüştür (Milliyet, 2012). Ayrıca, bu dönemde kadınlar için üretilen istihdam politikaları ve sosyal yardımlar ise kadınların iş hayatına atılmalarından çok evde kalmayı cazip kılmaya yönelik sonuçlar doğurmuştur.

2010'lu yılların ilk yarısı, kadınlara en az 3 çocuk doğurmalarının tavsiye edildiği (Bianet, 2014) kürtaj hakkının tartışmaya açıldığı (Bianet, 2013), geleneksel toplumsal cinsiyet rollerinin pekiştirilmesi için aileye ilişkin söylemlerin araçsallaştırıldığı bir süreci gözler önüne sermiştir. Böyle bir bağlamda, AKP'nin neoliberal ve muhafazakâr politikaları, eşit istihdam fırsatlarının önündeki mevcut yapısal ve kültürel engellere yenilerini eklemiştir. Bu dönemde çalışan kadınlar annelik üzerinden değerlendirilirken, devlet kreş yapma ve işletme görevini üzerinden atarak bu görevi özel sektöre devretmiştir (Resmî Gazete, 2013). Yapılan bir düzenleme ile 100-150 kadın çalıştıran işyerlerinde emzirme odası bulunması, 150'den fazla kadın çalıştıran işyerlerinde ise kreş açılması zorunlu hale getirilmiştir (Resmî Gazete, 2013). Buna uyulmaması halinde bir yaptırımın olmaması, bu yönetmeliği işlevsiz hale getirmiştir. Ancak bunun ötesinde, söz konusu yönetmeliğe ilişkin temel sorun, çocuk bakım rolünün sadece kadınlara atfedilmesinden kaynaklanmaktadır. Böylesine ciddi bir toplumsal meselede devlet eşitlikçi bir sosyal politika önermemiştir, işverenler de neoliberal politikaların belirlediği yükümlülüklerini yerine getirmek istememişlerdir (Keig, 2013). Kadın istihdamını arttırmak için kadın girişimciliğini destekleyen ve özel istihdam bürolarının kurulmasını ön gören istihdam politikaları sadece kadınları daha güvencesiz koşullarda çalışmaya itmiştir (Keig, 2013).

Eğitim alanında ise 4+4+4 kademeli eğitim sistemine geçilmesi ise kız çocuklarını dezavantajlı bir pozisyona yerleştirmiş ve onlara daha kırılgan bir seçenek sunmuştur. Bu değişiklik, özellikle kız çocuklarının okullaşma oranı, çocuk işçiliği ve “çocuk gelin” adı altında kız çocuklarının cinsel istismara uğraması üzerindeki olası olumsuz etkileri konusunda ciddi tartışmalara neden olmuştur (Altinkurt ve Aysel 2016: 27). MEB (2014) istatistikleri söz konusu risklerin somutlaştığını göstermiş ve her yaştan insan için düzenlenen açık öğretim ortaokuluna devam edenler arasında kadınların oranı %63,4, toplam

açık lise öğrencileri arasında kadınların oranı ise %44,8 olarak açıklanmıştır. Bu verilerle, eğitim sistemine ilişkin kaygıların gerçekçi olduğu görülmüştür. Mayıs 2013 sonunda ortaya çıkan Gezi olayları, AKP'nin o dönemde izlediği muhafazakâr politikalara ve ekolojik meseleler ile diğer politik sorunlara ilişkin uzlaşmaz tutumuna bir tepki olarak görülebilir (Telseren, 2014). Gezi olayları hem Türkiye'nin toplumsal hareketleri tarihinde önemli bir dönüm noktasıdır hem de AKP'nin bir nevi istisna halini gündeme getirdiği bir kırılma noktasıdır. Agamben'in de belirttiği gibi, bir tür dışlama olan istisnanın en kendine has niteliği, dışlanan şeyin dışlandığı için kuralla ilişkisi kalmaması değil, kuralla olan ilişkisini kuralın askıya alınmasıyla devam ettirmesidir (Agamben, 2001: 28). Böyle bir süreçte adaletin yerini bulmasını kendine dert edinen bir dizi olan, başrol karakterleri avukat kadınlar olan Merhamet dizisinin popülerleşmesi, toplumda bu konunun popülerleşmesiyle yani Türkiye toplumunda kuralın, dolayısıyla hukukun uygulanmasına olan inancın ve adaletin tecelli etmediği düşüncesinin popülerleşmesi ile paralellik göstermektedir (Akınerdem ve Sirman, 2018). Bundan sonraki başlıkta dizilerdeki temsiller ve toplumsal hayat arasındaki bağlantıya değinilerek kadın temsilleri üzerinde durulacaktır.

Toplumsal Cinsiyet Kurgulamaları ve Dizilerde Kadın Temsilleri

Kadınlara ve erkeklere toplum tarafından yüklenen rolleri, sorumlulukları ve davranış kalıplarını işaret eden toplumsal cinsiyet kavramı, biyolojik bir farklılığı değil, toplumsal olarak kurgulanmış bir olguyu ifade eder. İkinci dalga feminizmle birlikte toplumsal cinsiyet, kadınlar ve erkekler arasında var olan ve süregiden eşitsizlikleri iktidar ilişkileri olarak düşünmemizi sağlayan faydalı bir analiz kategorisi olarak karşımıza çıkmaktadır (Scott, 1986). Hiçbir ülkenin kaçınmadığı toplumsal cinsiyet kurgulamaları, güçlünün öteki üzerinde kurduğu iktidar alanına da yerleşmiştir. Patriarkal toplumlarda erkeklikle ilişkilendirilen iktidar mekanizması kültür aracılığıyla topluma dayatılmaktadır. Hall'un da belirttiği gibi ortak anlamları işaret eden kültür, bir toplumun yaşam tarzı hakkındaki yaygın özellikleri işaret eder (Hall, 2017, s. 7-8). Bu açıdan bakıldığında kültürel eserlerdeki (edebiyat, ana akım sinema, diziler, reklamlar, medya) toplumsal cinsiyet temsillerinin önem arz ettiği görülmektedir. Hall'a (2008) göre temsil, bir çeşit betimleme ya da hayal etme kabiliyetidir, ayrıca bir iletişim ve sosyal etkileşim aracıdır.

De Lauretis'e göre ise toplumsal cinsiyet bir temsildir. Söz konusu kavram bir ilişkinin (bir iktidar ilişkisi olarak toplumsal cinsiyetin), bir sınıfa, gruba ya da kategoriye ait olmanın temsiliyi ifade eder (De Lauretis, 2007:41). Başka bir ifadeyle, kategoriler arasında halihazırda var olan bir aidiyet ilişkisini temsil

eder (De Lauretis, 2007:46). Böyle bir bağlamda, toplumsal cinsiyet sosyokültürel bir yapı içinde bireylere kimlik, toplumsal konum, değer yani bir nevi anlam yükleyen bir temsiller sistemi olarak düşünülebilir. Bu açıdan bakıldığında, toplumsal cinsiyetin kurgulanması bir toplumsallaşma sürecidir, bu süreç aynı zamanda değişimi de içerir. Dolayısıyla toplumsal cinsiyetin kurgulanması, toplumsal rolleri yeniden üreten temsillerin hem sonucu hem de süreci olarak karşımıza çıkar.

Temsiller, içinde üretildiği toplumun kültürel ve toplumsal cinsiyete ilişkin normlarına dair önemli mesajlar taşırlar. Bu bakımdan, üretilen bu kültürel eserler ile toplum arasında karşılıklı bir ilişki vardır. Yani bir yandan, bu kültürel eserler toplumsal cinsiyet rollerinin ve bireylere ilişkin algıların toplum nezdinde yerinin sağlamlaşmasını sağlarken, diğer yandan toplumun beklentileri de bu eserlerde kullanılacak rolleri ve eserlerdeki kurucu öğeleri belirler. Bu ilişki, özellikle ana akım medyadaki temsiller için geçerlidir. Bütün bu temsil şekilleri, belirli bir dönemde belirli bir politik duruşa, aynı şekilde belirli bir toplumsal cinsiyet algısının kurgulanmasına hizmet eder. Bu eserler aracılığıyla üretilen imgeler, her zaman sadece mantığa ve akla hitap etmez aynı zamanda duygulara, güdülere, arzulara da hitap ederler. Bu temsillerin hem açık hem de örtük işlevleri bulunmaktadır.

Dizilerden bahsedecek olursak, açıkça görünen işlevleri boş zamanları dolduran bir eğlence aracı ve ekonomik açıdan verimli bir sektör bileşeni olma iken, örtük işlevleri ise toplumun şekillenmesine yöneliktir. Aslında bu imgelerin bir çeşit kendilik ya da ötekilik imgesi sunduğunu söylemek de mümkündür. Hatta temsillerin büyük bir kısmı, belirli bir gruba ait olma, kendini belirli bir topluma sunma gibi toplumsal gereksinimlere hitap eder. Bu açıdan sunulan imgelerin ikna edici olması önem taşır. Zira, izleyiciler de tamamen pasif değildir.

Temsiller, İktidar İlişkileri ve Şiddet Olgusu

Bireyin şekillenmesini, toplumsal ilişkilerin bir sonucu olarak ele alırsak, bireylerin medya, kültür ve sanat ürünlerinden beklentilerinin içinde yetiştikleri toplumun etkisi altında şekillendiğini söylemek mümkündür. Bireylerin eğitim seviyeleri, değer yargıları, ön yargıları, temsillerden beklenenleri ve onların algılanmasını şekillendirir. Bu bağlamda, temsillerde kullanılan toplumsal cinsiyetlere ait stereotiplerin etkililikleri tam da bu noktada ortaya çıkar. Kalıp yargı ve basmakalıp örnek anlamlarına gelen stereotip kavramı bir grubun (toplumsal cinsiyet, etnik köken, meslek, fiziksel görünüş, şehir, bölge vs. konularında ortaklaşan bir grubun) üyelerine yönelik sabit, basitleştirilmiş, genelleştirilmiş ve de yaygınlaştırılmış kanılardır. Kişilerin bireysel özelliklerini

yok sayarak, grubun üyelerine ortak özellikler yükleyerek, çoğunlukla ön yargılı kanı inşa eden stereotipler, grubun tüm üyelerinin paylaştığı düşünülen olumlu ya da olumsuz özellikler taşıyan bilişsel bir şema olarak ele alınabilir. Kültürle sıkı bağları olan stereotipler, içinde üretildikleri toplumla ve tarihi dönemle ilgili fikir verirler. Çünkü bu stereotipler, paylaşılan bir toplumsallaşma süreci ile kazanılan kültüre hitap ederler.

Dizilerde kullanılan stereotipler, mesajın hızlıca izleyiciye ulaşması bakımından önemlidir. Temsillerde üretilen sembolik dil, yaşam tarzlarına ilişkin işaretler ve normlara, değerlere ve toplumsal modellere ilişkin yan anlamlardan oluşur ve izleyicilere ulaşır. Bu süreçte izleyicinin beklentilerini ve algılamalarını etkileyen cinsiyet, cinsel yönelim, yaş, ait olunan toplumsal grup, toplumsal sınıf, eğitim seviyesi, psikolojik durumu gibi faktörler önem taşır. Kültürel, sanatsal temsillerin ve medya temsillerinin izleyicilerle buluşmasıyla iletişim gerçekleşmiş olur ve bu noktada görme işini gerçekleştiren izleyici de temsile dahil olmuş olur. Görmek her şeyden önce beraberinde iktidar getiren bir eylemdir. Görmek aynı zamanda geçmiş deneyimlerin de aktif olarak yer aldığı bir süreçtir. Bu süreçte hem izleyicilerin geçmiş deneyimleri hem de bakılan imgelerin yaratıcılarının geçmiş deneyimleri ve içinde yetiştikleri kültür etkilidir.

Kadınlara ilişkin temsiller söz konusu olduğunda eril bakış önemli bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Kadınları nesneleştiren ve fiziksel görüntüye indirgeyen temsillerin, heteroseksüel olmayan bireyleri ötekileştiren temsillerin asıl kaynağı eril bakıştır (Mulvey, 1975). Herhangi bir konuyu (ya da özneyi) heteroseksüel bir erkeğin bakış açısından yansıtmak anlamına gelen eril bakış (Mulvey, 1975) kavramı iktidar ilişkilerine içkindir. Toplumun birçok alanında görünür olan eril iktidar, temsillerde eril bakışla kendini gösterir. Bu bağlamda temsiller, sembolik şiddetin (Bourdieu, 1990: 11) gözlemlenebileceği mecralar haline gelirler. Anaakım medyada yer alan kültür sanat ürünlerinde eril bakış, erkekleri belirli bir kadın tipini arzulamaya yönlendirirken, kadınları ise belirli roller benimsemek için ikna etmede kullanılır. Aynı zamanda belirli (zengin, beyaz, heteroseksüel) bir erkekliği üstün olarak kurgularken, diğerlerini norm-dışı olarak kurmaktadır. Bu bakımdan, eril hegemonyanın varlığı ve patriarkal söylemin baskınlığı tüm izleyenlere hissettirilir. Temsillere söz konusu olduğunda ise izleyicilerin dünyayı algılama pratiğinin eril bir filtrelemeye tabi tutulur.

Dizilerde ve diğer kültür sanat ürünlerinde kadın temsilleri, kadınlar ve erkekler arası iktidar mücadelelerine içkindir. Kadınlar, sanat ve iktidar arasındaki ilişkileri inceleyen Nochlin'e göre; kadınların zayıf, pasif, her daim erkeğin cinsel ihtiyaçlarını gidermek için hazır bulunan fakat diğer yandan evcil

ve sorumluluk sahibi bir nesne olduğuna dair kabuller kadın temsillerini etkilemektedir (Nochlin, 1994). Toplumsal alanda açık bir şekilde görülebilen iktidar çekişmelerinin üstünün, hâkim ideolojinin aygıtlarıyla belirli bir noktada örtülmesi kadın-erkek ilişkilerinin ve toplumsal konumlarının ezelden beri aynı olduğu ve ebediyen aynı kalacağı fikrini işaret ederek, temsillerle kurgulanan kadın figürünün son derece doğal gösterilmesine hizmet etmektedir (Nochlin, 1994). Kadınlar, erkeklerden farklı biçimde, bir özne değil bir nesne (çoğu zaman bir arzu nesnesi) olarak cinselleştirilmektedir. Emma Goldman, kadınların eşit olmayan ilişkilere katılmasının somut nedenleri olduğuna dikkat çekerek, erkek ve kadın cinselliklerine uygulanan çifte standardın daha fazla arzuya değil, daha fazla iktidarla ilgisi olduğunu vurgular (aktaran Connel, 1998: 158). Özellikle kadın cinselliklerinin kontrolü temsillerde de önemlidir.

Patriarkal toplumlarda neredeyse korkulan bir şey olan kadın cinselliği üzerinde toplumsal baskı daha yoğun hissedilir. Bu durum temsillere de yansımaktadır. Ancak, buna rağmen kadınların sürekli arzu nesneleri olarak gösterilmeleri eril bakıştan kaynaklanır. Bu noktada ortaya çıkan çelişkinin nedeni, toplumsal yapılar ve iktidarın patriarkal karakterinde aranabilir. Ancak yine de temsiller bir çeşit kontrol aracı sayılabilir. Açık ve örtük taraflarıyla temsiller toplum üzerinde ve toplumun yeniden üretim sürecinde belirli bir iktidar uygularlar. Bu yeniden üretim sürecinde, sembolik şiddet, toplumsal statükoyu sağlayan bir nesne olarak ortaya çıkar. Sembolik şiddet kendini görünür kılmadan, hissettirir ve iletişim yoluyla uygulanır (Bourdieu, 1990: 11). Başka bir deyişle, sadece rıza yoluyla kurulan bir baskıyı ifade eden sembolik şiddet, toplumsal düzene dayanan, hegemonyanın yapılarını ve halihazırdaki hiyerarşilerinin devamlılığını sağlayan ve zaman içinde yeniden üreten bir mekanizmadır (Von Holdt, 2012). Dizilerdeki temsiller bu bağlamda değerlendirildiğinde temsil edilen noktaların doğal gözükmesi izleyiciyi savunmasız bırakabilir, özellikle gerçekçilik etkisiyle yaratılan temsillerin doğallaşmasına neden olması açısından önemlidir.

MERHAME (2013-2014) DİZİSİNDEKİ KADIN KARAKTERLERİN ŞİDDETLE MÜCADELESİ

Merhamet dizisi yukarıda tartışılan bağlamlarda değerlendirildiğinde hem sembolik şiddete hem de reel şiddete ilişkin bir dizi unsur göze çarpmaktadır. Bir toplumsal olgu olarak şiddet, toplumsal ilişkilerde iktidarın koruyucusu ve dışı vurumu olarak kendini gösterir. Bu bakımdan, şiddet toplumda var olan iktidar ilişkilerinde ikincil konumda olanları hedef alır. Kadınlar ise şiddete uğrayan grupların başında yer almaktadır (Dursun 2010: 21). Kadına yönelik şiddet, toplumsal cinsiyete dayalı şiddettir. Bu şiddet, toplumdaki mevcut

cinsiyet eşitsizliğinin de bir göstergesidir. Patriarkal toplumlarda süregelen toplumsal cinsiyet ilişkileri, kadınlar ve erkekler arasında var olduğu kabul edilen uzlaşmaz bir zıtlığa dayandığından (Kergoat, 2000), kadınlara ve erkeklere yüklenen roller, sorumluluklar ve davranışlar dışlama üzerinden kurgulanmaktadır. Örneğin, patriarkal toplumlarda kabul gören, erkeklerden beklenen sert, soğukkanlı, himaye edici, hükmedici, güçlü olmak; kadınlardan beklenen yumuşak huylu, güler yüzlü, hamarat, düzenli ve fedakâr olmak gibi tutum ve davranışları belirleyen nitelikler (Kümbetoğlu, 2010: 40), aynı zamanda güçlü bir dikotomi içermektedirler. Söz konusu kurgulamalar, dışlama mekanizmaları üzerine oluşturulmuşlardır. Her ne kadar evrensel olarak tanımlanmış kadınlık ve erkeklik olmasa da (Sancar, 2016) erkeklere atfedilen cesurluk, güç kullanma, şiddet kullanma hakkı gibi niteliklerin (Molinier ve Welzer-Lang, 2000) karşısında bu özelliklerle tezat oluşturacak şekilde bir “kadınlık” kurgulanmaktadır. Toplumsal cinsiyet temelli şiddet bu bağlamda okunmalıdır. Bu açıdan bakıldığında toplumsal cinsiyet temelli şiddet kadınlık ve erkeklik rollerinden kaynaklanan tüm şiddet türlerini içerir (Altınay ve Arat 2008: 16).

Fiziksel, psikolojik, ekonomik ve cinsel şiddet türlerinin yanı sıra flört şiddeti ve ısrarlı takip kavramlarının tanımlarını kısaca vermek bir sonraki bölümde ele alınacak Merhamet dizisinde şiddetle mücadeleyle ilişkin analizin anlaşılmasını kolaylaştıracaktır. Bedene yönelik her türlü saldırıyı işaret eden fiziksel şiddet kavramı, dışarıdan fark edilmesi en kolay şiddet türüdür. Kişinin psikolojik sağlığını hedef alan şiddet türü ise psikolojik şiddet olarak adlandırılır. Genellikle sürekliliği olan eylemler psikolojik şiddet olarak tanımlanmaktadır. Etkileri, fiziksel şiddetin aksine gözle görünür olmadığı için çevre tarafından fark edilmesi zor olsa da şiddete uğrayan kişilerde derin yaralar açabilir. Ekonomik şiddet ise ekonomik kaynakların ve paranın düzenli bir şekilde kadın üzerinde bir yaptırım, tehdit ve kontrol aracı olarak kullanılmasıdır. Ekonomik şiddet de genellikle psikolojik şiddet gibi tek seferlik eylemlerden çok sürekli bir durumu tarif eder. Kadını rıza göstermediği herhangi bir cinsel davranışa zorlamak cinsel şiddettir. Rızanın var olduğunun kabul edilebilmesi için akli dengesi yerinde sağlıklı bir kadının açıkça evet demesi gereklidir. Burada bahsedilen şiddet türlerinin flörtün yeni yeni başladığı 13-23 yaş döneminde romantik ilişkilerde yaşanan hali flört şiddetini işaret eder. Bu şiddet türlerinin yanı sıra, ısrarlı takip (*stalking*) de artık şiddet türleri arasında değerlendirilmektedir. Sevgilinin ya da eski sevgilinin kişiyi sürekli izlemesi, takip etmesi, kontrol etme amaçlı davranışlar göstermesini işaret eden bu kavram günümüzde oldukça yaygın gözükmemektedir (Mor Çatı, 2022).

Türkiye’de yaygın olarak görülen kadına yönelik erkek şiddeti olgusu televizyon dizilerinde de sıkça karşımıza çıkmaktadır ve toplumsal cinsiyet temelli şiddetin algılanması üzerinde etkilidir. Merhamet dizisinde her ne kadar bazı noktalarda dizinin anlatısı eril bir filtrelemeye tabi tutulmuş olsa da anaakım medyada yayınlanmasına rağmen, söz konusu dizi yukarıda bahsedilen anlamda, güçlü kadın karakterleri ve şiddetle mücadele pratiklerini ele almıştır.

Merhamet Dizisindeki Ana Karakterler ve Hikayeleri

Narin Yılmaz

Dizide Narin karakteri Özgü Namal tarafından canlandırılmaktadır. Ülkenin önde gelen hukuk firmalarından birinde çalışan ve firmanın en başarılı avukatlarından olan Narin, güçlü, azimli, dürüst, kendine güvenen, kararlı ve çalışkan bir kadındır. Bu sayede, travmalarla dolu geçmişine rağmen yoluna devam etmeyi başarmıştır. Geçmişinin travmalarla dolu olmasının en büyük nedeni, tüm çocukluğu boyunca sistematik olarak babasından gördüğü şiddettir. Kız çocuklarının okumaması gerektiğini düşünen babası Recep, Narin’i okuldan alıp, eve para getirmesi için bir işte çalıştırmak ister. Ancak, sınıf birincisi olan Narin’in öğretmenleri buna izin vermez. Narin, öğretmenlerinin kendisine olan desteğiyle ve Recep’e yaptıkları baskılar sayesinde okula devam eder. Evlerinde sürekli bir şiddet ortamı vardır. Abisi Mehmet, kardeşi Şadiye ve annesi Hatice, sürekli olarak babası Recep’in fiziksel ve psikolojik şiddetine maruz kalmaktadırlar. Geçimlerini güçlkle sağlayan ailenin eline geçen paralara ise babası el koymaktadır. Babaları daha sonradan aileyi terk edecektir. Üniversiteyi kazandıktan sonra temelli olarak Yaslıhan’dan ayrılan Narin, ailesinin soba zehirlenmesinden öldüğünü öğrenene kadar bu kasabaya geri dönmemiştir. Üniversiteden beri en yakın arkadaşı olan Deniz’in de desteğiyle İstanbul’da kendine yeni bir hayat kurarak kendi ayaklarının üzerinde durmayı başarmıştır. Narin, çokça çabalayarak ulaştığı dünyasını kimsenin bozmasına izin vermek istemez. Ancak, yıllar sonra gençlik aşkı Fırat, en yakın arkadaşı Deniz’in kız kardeşi Irmak’ın sevgilisi olarak karşısına çıkınca işler değişir. Bundan sonra Narin, geçmişinin izleriyle yüzleşmek zorunda kalacaktır. Irmak ve Fırat’ın ayrılmasından sonra Narin ve Fırat’ın inişli çıkışlı ancak evlilikle sonuçlanan bir birliktelikleri olacaktır. Dizi boyunca Narin karakteri fiziksel şiddete, psikolojik şiddete, ekonomik şiddete ve ısrarlı takibe maruz kalmıştır.

Deniz Tunalı

Dizide Deniz karakteri Burçin Terzioğlu tarafından canlandırılmaktadır. Varlıklı bir ailenin kızı olan Deniz, eğlenmeyi ve parti vermeyi seven, sosyal, hayat dolu bir genç kadındır. Yaslıhan’da yoksulluk içinde büyümüş Narin ile

Deniz'in yollarının kesişmesi her ikisinin de hayatını derinden etkiler. Deniz ve Narin üniversite yıllarından beri birbirlerine destek olarak hayatlarına devam ederler. Genç yaşta ailesini kaybeden Deniz'in ailesinden hayatta olan bir tek amcası ve kardeşi Irmak vardır. Deniz, Narin'i ailesinden biri gibi görür ve Narin'in hayatta en çok değer verdiği kişilerden biri olduğunu çevresindekilere hissettirir. Haksızlığa hiç tahammül edemeyen Deniz, karşısına alacağı ailesi bile olsa haklının arkasında durur. Bu özelliği nedeniyle Narin, Fırat ve Irmak'ın aşk hayatlarındaki karmaşa Deniz'in çevresiyle olan ilişkilerini etkileyecektir. Kendisine karışılmasından hiç hoşlanmayan Deniz karakteri, Sermet'e âşık olmaya başlamasıyla değişime uğrar. O ana kadar kimseyi dinlemeyen, özgürlüğüne düşkün bir kadın olan Deniz, Sermet'in "maço"luğu karşısında sık sık geri adım atar. Örneğin, Sermet'in görüşme dedikleriyle görüşmekten çekinir. Deniz'in dizide uğradığı şiddet türü psikolojik şiddettir.

Fırat Kazan

Dizide Fırat Kazan karakteri İbrahim Çelikkol tarafından canlandırılmaktadır. Varlıklı bir ailenin tek oğlu olan Fırat, hayatı boyunca herhangi bir zorlukla karşılaşmamış ve genellikle istediklerini elde etmiştir. İyi bir eğitim alan Fırat, uluslararası bir bankada yönetici pozisyonunda çalışmaktadır. Sevgilisi Irmak'ın ablasıyla tanıştığı akşam onun için bir kırılma noktası olur, çünkü Irmak'ın ablası Deniz, Fırat'ın ilk aşkı Narin'in en yakın arkadaşıdır. Fırat, Narin'le tekrar birlikte olabilmek için çabalar ve gelişen olaylar zinciri sonunda Narin'i evlenmeye ikna eder.

Sermet Karayel

Dizide Sermet Karayel karakteri, Mustafa Üstündağ tarafından canlandırılmaktadır. Sermet, ilk gençlik yıllarından beri Narin'e takıntılı ve karşılıksız bir şekilde âşıktır. Hayatında yaptığı her şeyi bir gün Narin'e layık bir şekilde karşısına çıkabilmek adına yapmıştır. Narin'in arkasından İstanbul'a giden Sermet karanlık işlere bulaşır ve bunun sonucunda varlıklı, eli kolu uzun bir mafya babasına dönüşür. Fırat'ı saf dışı bırakarak Narin'i "elde etmeye" çalışan Sermet, Narin'i avukatı olarak tutar bu sayede onunla vakit geçirerek Narin'in gönlünü kazanmaya çalışır ancak amacına ulaşamaz. Sonrasında Narin'in en yakın arkadaşı Deniz'e âşık olan Sermet'in Fırat ile aynı babadan kardeş olduğu ortaya çıkacaktır. Cinayetten ısrarlı takibe, kara para aklamaktan insan kaçırmaya kadar birçok suça bulaşan, dolayısıyla diziye antagonist olarak başlayan Sermet karakteri süreç içinde dönüşür ve seyirciye sempatik gelecek şekilde anlatılır / gösterilir.

Irmak Tunalı

Dizide Deniz'in kardeşi Irmak Tunalı karakteri Yasemin Allen tarafından canlandırılmaktadır. Liseyi ve üniversiteyi İsviçre'de okuduktan sonra Cenevre'ye yerleşen Irmak, hayatındaki her şeyin mükemmel olmasını isteyen bir kadındır. Ablası Deniz'le yakınlığı nedeniyle Narin'i pek sevmeyen ve kıskanan Irmak, Narin ve Fırat'ın birbirlerinin ilk aşkı olduğunu bilmemekte ve Fırat'ı hayatının aşkı olarak görmektedir. Dizinin antagonistlerinden olan Irmak, neredeyse karikatürize bir şekilde kötü olarak temsil edilmektedir. İlerleyen bölümlerde kendisine psikolojik olarak tanı da konulacaktır. Sermet'in antagonistikten çıkarıldığı sürece kadar sıradan bir kötü karakter olarak temsil edilen Irmak karakteri, daha sonrasında karikatürize bir kötü karakter olarak yansıtılmıştır. Bunun sonucunda, Irmak'ın uğradığı birçok şiddet türü seyirci gözünde meşrulaşmış gözükmemektedir, kendisi bir nevi cezalandırılmaktadır. Neredeyse kimse tarafından sevilmeyen Irmak'ın başına gelen birkaç şiddet olayı şu şekilde sıralanabilir: Narin ile uğraştığı için Narin'in babasının tuttuğu adamlar tarafından darp edilmesi ve neredeyse ölecek raddeye kadar dövülmesi; Fırat tarafından sürekli psikolojik şiddete maruz bırakılması; Sermet'in Irmak'ın Narin ile Fırat'ı ayırmak için Fırat'a benzeyen bir donör seçmek için gittiği Kıbrıs'taki sperm bankasına tehditte bulunarak Irmak'ın donörünü değiştirmesi.

Şadiye Yılmaz, Zafer ve Mehmet Yılmaz

Dizide Mehmet Yılmaz karakteri, Erkan Kolçak Köstendil tarafından canlandırılmaktadır. Şadiye ve Narin'in abisi olan Mehmet'in dersleri iyi değildir, ancak çok iyi bir futbolcudur. Çocukluğundan beri futbol yeteneği öğretmenlerinin ve yerel takım antrenörünün dikkatini çekmiştir. Babası Recep, Mehmet'in futbolculuğu sayesinde zengin olmayı hedeflese de bu hayali Mehmet'in sakatlanmasıyla suya düşer. Sakat kalan Mehmet dağılır ve kalıcı hiçbir işe girmeden hayatını sürdürür, bu süreçte kumar oynamaya başlar. Mehmet'in kumar bağımlılığı Şadiye'nin hayatını karartacaktır.

Dizide Şadiye Yılmaz karakteri, Dilara Aksüyek tarafından canlandırılmaktadır. Şadiye de ablası Narin gibi şiddet dolu bir evde büyümüştür. Babası, ortaokuldan sonra kendisini okuldan almıştır. Narin kadar başarılı bir öğrenci olmadığı için onun kadar şanslı değildir, okuldan alınması engellenememiştir. Şadiye, çocukluğunda pasif bir karakterdir, haksızlığa uğradığında ablası Narin gibi hakkını arayamamıştır. Okuldan ayrıldıktan sonra, mahallelerindeki bir pastanede çalışmaya başlamıştır. Pastane sahibinin torunu Zafer ile duygusal bir birliktelik (flört) yaşamaktadır. Dizide Zafer karakteri, Çağatay Çabuk tarafından canlandırılmaktadır. Şadiye ve Zafer'in en büyük

hayali kendi pastanelerini açmaktır. Şadiye ile Zafer, ilk randevuları sırasında bir kafede otururken, Şadiye'nin abisi Mehmet tarafından görülmüşlerdir. Mehmet, Zaferi tartaklamıştır. Bunun üzerine, Zafer'in dedesi Şadiye'yi işten çıkartmıştır. Aynı kasabadaki terzinin yanında işe giren Şadiye, terzi tarafından taciz edilmiştir. Tacizciyi öldüren Zafer, önce çocuk hapishanesinde daha sonra ise yetişkin hapishanesinde yatmıştır. Zafer hapse girdiğinde Şadiye'yi terk edince Narin ve Şadiye'nin arası açılmıştır. Çünkü Şadiye taciz edildiği sırada olay yerinden geçmekte olan Narini, olayı büyütmele suçlamış ve Zafer'in katil olmasından Narin'i sorumlu tutmaktadır.

Bunalıma giren ve kendi hayatıyla ve geleceğiyle ilgili bir beklentisi kalmayan Şadiye, abisi Mehmet'in kumar borcunu kapatmak için elinden ne gelirse yapmayı kafasına koyarak ve abisinin borçlu olduğu adamla görüşmeye gider. Adam kendisine tecavüz eder. Bu tecavüzden hamile kalır, ancak çocuğu aldırılmaz. Çünkü çocuğu aldırarak için Sermet'ten aldığı parayı, abisi kendi hastane masraflarını karşılamak için çalmıştır. Bu nedenle, çocuğu doğurmak zorunda kalır, sonrasında ise çocuğu zengin bir aileye evlatlık verir. Yaslıhan'daki evlerinde yangın çıkar. Annesini ve abisini yangında kaybetmesinin ardından İstanbul'a gelen Şadiye, seks işçisi olarak çalıştırılır. Daha sonra yeri Sermet tarafından bulunur ve ablasıyla buluşturulur. Narin'i mutlu etmek için Şadiye'yi kötü geçmişinden kurtarmak isteyen Sermet, Zafer'le konuşur. Zafer Şadiye'nin başına gelenlerden ötürü kendini suçlamaktadır. En sonunda evlenirler fakat kısa süren bu evlilik boyunca Şadiye her gün hem fiziksel hem psikolojik şiddete maruz kalır.

Can

Dizide Can karakteri Fırat Albayram tarafından canlandırılmaktadır. Ressam olan Can, Deniz'in uzatmalı sevgilisidir. Deniz, Sermet'e âşık olana kadar ilişkileri inişli çıkışlı devam eder. Sesleri birbirlerine karşı sık sık yükselmektedir. İlerleyen bölümlerde Can ve Şadiye birlikte olur. Bu durumda Narin, Şadiye ve Deniz'in arasında kalır.

Hatice

Dizide Narin, Şadiye ve Mehmet'in annesi olan Hatice karakteri, Ayşegül Cengiz Akman tarafından canlandırılmaktadır. Hayattaki en önemli derdi eşi Recep'i evde tutmaktır. Kendisini de çocuklarını da Recep'in şiddetinden koruyamaz. Sürekli olarak fiziksel ve psikolojik şiddete maruz kalsa da eline geçen ve Recep'ten saklayabildiği paraları, Recep'i elinde tutmak için büyücülere ve hocalara harcar. Günümüz güzellik standartlarının dışında kalan

Hatice, etrafı tarafından çirkin bulunur. Akli başında bir karakter değildir. Recep evi terk ettikten sonra Hatice iyice kötüleşir.

Recep

Dizide Narin, Şadiye ve Mehmet'in babası olan Recep karakteri, Turgut Tunçalp tarafından canlandırılmaktadır. Dizinin anlatısından Recep'in esas aşık olduğu kadınla (Ümmü) evlenmeyip, Hatice'nin ailesinden kendilerine miras kalacak beklentisi nedeniyle Hatice ile evlendiğini öğreniriz. Eşine ve çocuklarına sürekli psikolojik, fiziksel ve ekonomik şiddet uygulayan, Recep'in lakabı acımasız anlamına gelen moskoftur (TDK). Recep hayatından hiç memnun olmayan bir alkoliktir. Asıl fikri, evlendikten birkaç sene sonra mirası alıp evi terk etmek olsa da Hatice'nin babası beklediklerinden çok daha uzun süre hayatta kalmıştır. Öldüğünde ise onlara hiçbir şey bırakmamıştır. Bunun üzerine Recep'in çekip gitmesi kolaylaşmıştır. Eşini, gençlik aşkı ve en yakın arkadaşının eşi Ümmü ile aldatan Recep, dizinin ilerleyen bölümlerinde Ümmü ile birlikte İstanbul'a yerleşir. Kızlarıyla İstanbul'da karşılaştıktan sonra geçmişteki hatalarıyla yüzleşmeye çalışsa da eski günlerindeki gibi şiddet uygulamaya devam ederek Ümmü'ye de şiddet uygulamaya başlar.

Ümmü (Ümmühan)

Narin'lerin Yaslıhan'da yan komşusu olan Ümmühan karakteri dizide Ceren Erginsoy tarafından canlandırılmaktadır. Gençlik aşkı Recep, kendisini para uğruna Hatice ile evlenmek için terk etmiştir. O da Recep'in en yakın arkadaşı Erdoğan ile evlenmiştir. Narin'e, kardeşlerine ve annelerine destek olan Ümmü, Recep'e sürekli onlara şiddet uyguladığı için çok kızmaktadır. Dizi ilerledikten sonra Ümmü ve Recep'in ilişkisi devam etmekte olduğu izleyiciye anlatılır. Recep ve Ümmü birlikte yakalanınca Yaslıhan'ı terk etmek zorunda kalırlar ve İstanbul'a yerleşirler. Ümmü'nün Narin'le ve Şadiye'yle arası iyidir. Başlarda Recep ile beraberliği güzel giden Ümmü, dizinin ilerleyen bölümlerinde Recep tarafından hem fiziksel şiddete hem de cinsel şiddete uğrar, ancak küçük çocuklarını bırakmadığı için buna katlanmak zorunda kalır. Daha sonra bu katlanma durumunun yerini rıza ile kabule bıraktığı görülür. Hatta Recep Zafer'i öldürmekten yargılandığı sırada, Narin'e gelip babasını bu durumdan kurtarması için yalvararak ısrar eder.

Merhamet dizisini diğer dizilerden ayıran önemli noktalardan biri, kadın karakterler arasında alışılmış toplumsal cinsiyet normlarına göre iyi – kötü karakter ayrımı yapmıyor olmasıdır. Oyuncu Yeşim Büber'in de belirttiği gibi (Yeşilgöz, 2012), cinsiyetçi senaryolarda iyi karakterli kadınlar namuslu olarak tanımlanıp, kötü karakterliler ise namussuz olarak tanımlanmaktadır. Bu

noktada, namus kavramı çoğunlukla hayat tarzı ve karakterlerin gündelik hayattaki pratiklerinden yola çıkılarak tanımlanır. Ancak Merhamet dizisinde namus üzerinden bir anlatı ya da cinsiyetçi normlara göre düzenlenen bir iyi – kötü ayrımı görülmemektedir. Ancak bu durum, dizide iyi ve kötü karakter ayrımı olmadığı ya da kötü karakterleri, yani antagonistleri, barındırmadığı anlamına gelmez. Dizinin sabit kötü karakteri Irmak'tır. Başlangıçta antagonist olduğunu düşündüğümüz Sermet ise dizi ilerledikçe bir anti-kahramana (*anti-hero*) dönüşür. Anti-kahraman, toplum tarafından olumsuz olduğu düşünülen özelliklere sahip bir başkarakterdir (Yiğit, 2020) Her ne kadar kötü karakterlerin bazı özelliklerini bünyesinde barındırsa da klasik bir kahraman gibi amaçlarına ulaşırlar, ancak farklı yöntemleri kullanırlar. Hal böyle olunca, izleyiciler tam olarak bu karakterlerle kendilerini özdeşleştiremeseler de bu karakterlere sempatiyle yaklaşırlar, çabalarını anlamsız bulmazlar.

Bu dizideki Sermet Karayel karakteri ise bulaştığı birçok yasadışı iş olmasına rağmen Narin'i ve Deniz'i mutlu etmeye çalışmaktadır. Şadiye'yi ve seks işçiliğine zorlanan diğer kadınları kurtarmaya çalışır. Uzun yıllar takıntılı bir şekilde Narin'e âşık olan Sermet, buna rağmen, Irmak'ın sperm bankası yoluyla sahip olacağı çocuğun Fırat'a benzememesi için tehdit yoluyla da olsa donörünü değiştirterek Narin ile Fırat'ın ilişkisini kurtarır. Dizi boyunca kendisine destek olan hiçbir erkek karakter olmaması belki de Irmak karakterini dizideki en açık hedef haline getirir. Irmak kendi iradesiyle hiçbir şeyi gerçekleştiremez, bu durum onu adeta bir obje statüsüne sabitler. Sürekli olarak etkili olmak için çabalar, ancak bunu başaramaz. Etkisiz olma hali dizi boyunca zaman zaman diğer kadın karakterleri de etkiler. Her ne kadar dizi anlatısında kadın karakterler ön plana çıkmış olsalar da dizide kadın karakterlerin seçimlerinin çoğu zaman hayatlarındaki erkekler tarafından belirlendiği gözlemlenmiştir. Örneğin, Şadiye'nin Zafer ile evlenmesi Şadiye'den başka herkesin kararı olarak karşımıza çıkmaktadır. Özellikle, bu konuda Recep, Sermet ve Zafer karar alıcı karakterler olarak gözükmürlük. Ümmü'nün Erdoğan'ı terk etmesi ve Recep ile İstanbul'a taşınması ise Recep'in kararıdır. Narin'in Atıf'la birliktymiş rolü yapması, Atıf'ın fikridir ve Narin'e emrivaki şeklinde vuku eder. Fırat ise dizi boyunca Narin ile tekrar birleşmek için Narin'i ikna etmeye çabalar. Irmak'ın rehabilitasyon merkezinde Pamir'le birlikte olması Sermet'in kararıdır.

Merhamet Dizisindeki Kadın Karakterlerin Şiddetle Mücadeleleri

Çalışmanın bu bölümünde dizideki kadın karakterlerin (Narin, Deniz, Şadiye, Irmak, Hatice ve Ümmü) şiddete ilişkin deneyimleri ve mücadeleleri üzerinde durulacaktır. Türkiye'de kadına yönelik erkek şiddeti sistematik olarak

her türlü ekonomik, kültürel ya da coğrafi konumda karşımıza çıkabilmektedir. Dolayısıyla, kadına yönelik şiddetin nedenini tek bir değişkene bağlamak doğru görünmemektedir. Türkiye’de yaygın bir olgu olan kadına yönelik şiddet olgusu daha önce belirtildiği gibi dizilerde de sıkça ele alınmaktadır. Durum böyleyken hem temsillerdeki hem de gerçek hayattaki şiddetle mücadele yöntemleri üzerine düşünmek gittikçe önemli bir hale gelmektedir. Bu düşünce akışını sürdürmek için toplumda var olan şiddetle mücadele yöntemlerinin dizilere nasıl yansıdığını göstermek, somut anlatılar üzerinden konuşmak muhtemel çözüm yolları bulmak açısından faydalı olacaktır.

Merhamet dizisine baktığımızda, aynı gerçek hayatta olduğu gibi kadınlara yönelik erkek şiddetiyle mücadelenin yalnızca bir şiddet hikayesi olmadığını, kadınlar açısından aynı zamanda bir dayanışma, mücadele, kız kardeşlik, güçlenme ve de söz konusu şiddet ölümle sonuçlanmadığı takdirde bir özgürleşme sürecinin tamamlanma hikayesi olduğu gözükmemektedir. Narin’in hikayesi, bunun güzel bir örneğini oluşturmaktadır. Madun anlatısının dışına çıkarak, yıllarca şiddete uğramasına rağmen özneleşme sürecini kendi azmi, başarısı ve kadın dayanışmasıyla gerçekleştiren Narin’in hikayesi aynı zamanda bir özgürleşme örneği olarak karşımıza çıkmaktadır.

Dizinin yayın hayatına başladığı 2013 yılında, Türkiye’de 237 kadın (KCDP, 2014), yayın hayatının sona erdiği 2014 yılında ise 294 (KCDP, 2015) erkekler tarafından öldürülmüştür. Böyle bir bağlamda şiddetin de içinde yer aldığı ve şiddetle mücadele unsurları içeren bir yapım izleyiciler tarafından ilgi çekmiş ve olumlu değerlendirilmiştir. Bu olumlu değerlendirilme hali IMDb yorumlarında görülmektedir (IMDb). Dizi, uygulanan şiddetin failleri ve mağdurlara yakınlıkları açısından da gerçek hayatla paralellik göstermektedir. Çeşitli kadın örgütlerinin raporlarına göre gerçek hayatta kadınlara en çok şiddet uygulayanlar koca, eski koca, baba, sevgili, eski sevgililerdir (KCDP, 2015; KADAV, 2021; Gazete Duvar, 2023). Dizinin sona erdiği 2014 yılında, kadınların %40’ı eşleri, %26’sı bir akrabaları, %14’ü tanıdıkları biri, %13’ü erkek arkadaşları, %7’si ise eski eşleri tarafından öldürülmüştür (KCDP, 2015). Bu durum dizide de kendini göstermektedir. Recep, Sermet ve Fırat karakterleri, şiddet uyguladıkları kadınların ilk halkadaki yakınlarıdır.

Şiddetle mücadele eden kadınlardan Narin’in, Deniz’in, Şadiye’nin ve hatta Irmak’ın ilk olarak kadın dayanışmasından medet umdukları gözlemlenmiştir. Söz konusu karakterler, hem birbirlerinin arkasında ya da yanında durarak hem de şiddet uygulayan kişiye bizzat gidip onların karşılarında durarak güçlü dayanışma örnekleri göstermişlerdir. Bunlara örnek olarak ilk gençliklerinde Şadiye ve Narin’in babalarından gördükleri şiddet karşısında gösterdikleri dayanışma; Narin üniversite yıllarında çalıştığı lokantanın sahibinin torununun

psikolojik şiddetine maruz kaldığında Deniz'in Narini savunmak için kavga etmesi; Şadiye Zafer'den ve babasından şiddet gördüğü noktada, Narin'in ve Deniz'in Recep'in karşısına dikilip hesap sorarak Şadiye'ye destek çıkmaları; Ümmü Recep'ten fiziksel ve cinsel şiddet gördüğünde desteği Narin'de bulması; Narin Fırat'tan psikolojik şiddet gördüğünde Şadiye ile dertleşmesi; Sermet, Narin'i ısrarlı bir şekilde takip ettiğinde, Deniz'in o dönem pek tanımadığı ve karanlık işlere bulaştığını bildiği Sermet'i vazgeçirmek için onunla yüzleşmesi; Sermet Deniz'e psikolojik şiddet uyguladığında, Narin'in Sermet'i sertçe uyarması; Irmak ve Narin Fırat tarafından psikolojik şiddete uğradığında, Deniz'in Fırat'ı sertçe uyarması verilebilir.

Şiddet söz konusu olduğunda kadınların kendilerini yalnız hissetmemeleri, şiddetle mücadeleleri mümkün kılan en önemli dayanaktır. Çoğu zaman kadınların şiddet döngüsünü kırabilmeleri kadın dayanışmasıyla gerçekleşmektedir. Bunun yanı sıra, gerçek hayattaki şiddet deneyimlerinden biliyoruz ki şiddetle mücadelenin en önemli ve etkin yöntemlerinden biri hukuki hakları kullanmaktan geçer. Dizinin yayınlandığı döneme bakıldığında ise Türkiye'nin Avrupa Birliği ile ilişkilerinin hala yakın olduğunu, 2011'de imzaya açılan İstanbul Sözleşmesinin 2014'te, 6284 sayılı kanunun ise 2012 yılında yürürlüğe girdiği görülmektedir. Böyle bir toplumsal ve politik bağlamda, avukat kadın karakterlerin başrolde olduğu bir dizide en sık kullanılan mücadele yöntemi ise hukuk olarak karşımıza çıkmaktadır. Gerçekte hayatta da şiddetle mücadelenin en etkili yöntemleri arasında, kadınların 6284 sayılı kanundan faydalanarak kadınların haklarını kullanması, kadın örgütleriyle iletişime geçmesi, sosyal medya eylemleri ve erkek şiddetine ilişkin davaların kadınlar ve feministler tarafından takibinin yapılması bulunmaktadır. Dizide de Narin ve Deniz avukat oldukları için çok şaşırtmayan başka bir mücadele yolu ise hukuk alanında gerçekleşmektedir. Özellikle bir yasa adı belirtilmese de mevcut kanunun 19 Mart 2012'de yürürlüğe girdiği göz önünde bulundurulursa, Narin 6284 sayılı Ailenin Korunması ve Kadına Karşı Şiddetin Önlenmesine Dair Kanun'a dayanarak babasına uzaklaştırma çıkartmıştır.

Bu dizideki şiddetle mücadele pratikleri değerlendirildiğinde, kadın karakterlerin hayatlarındaki birçok şiddet vakası karşısında öz savunma yaptığı da görülmektedir. Öz savunma geniş bir pratikler yelpazesini kapsar ve fiziksel savunmayı içermek zorunda değildir, zaman zaman yaratıcılık da gerektirir (Kılınç, 2022). Kadınların kendilerini şiddetten korumak için yaptıkları her türlü davranış, hareket ya da eylemsizlik öz savunma olarak değerlendirilebilir (Kılınç, 2022). Deniz ve Narin eğitimleri sayesinde, öz savunma konusunda, Şadiye'nin, Ümmü'nün ve Hatice'nin sahip olmadığı imkanlara sahip olabilmişlerdir. Ancak yine de dizi güçlü kadın karakter figürlerini

barındırmasına rağmen erkek egemen sistemin ağırlığını ve bu ağırlığın kadınları sıkıştırdığını izleyiciye hissettirmektedir. Kaldı ki dizi de buna uygun bir sonla bitmiş ve dizinin güçlü kadın karakterleri, Narin ve Deniz kaza yaparak ölmüşlerdir. Bu son iki türlü okunabilmektedir: İlk olarak Akınerdem ve Sirman'ın (2018) belirttiği gibi hukuk insanı Narin ve karanlık işlerle ilişkisi netleşmemiş Fırat Kazan birbirlerine çok aşık olsalar da birlikte yaşayamayacakları için çözümsüzlükle bitmiş olduğu düşünülebilir. İkinci olarak ise baskıcı bir patriarkal sistemde çokça çaba harcayarak kariyer yapabilmiş kendi ayakları üzerinde durabilen Narin karakteri ile ailesini kaybedip hayatta neredeyse yalnız kaldıktan sonra kendi hayatını kurabilmiş ve kendi ayakları üzerinde erkeklere ihtiyacı olmadan durabilen Deniz karakteri her ne kadar seyirci onlara sempati duyuyor olsa da öldürülerek bu patriarkal düzende cezalandırılmış olabileceği düşünülebilir. Hatta sadece Deniz ve Narin değil, aynı zamanda onları bağrına basan izleyicinin de cezalandırılmış olduğu dahi düşünülebilir.

SONUÇ

Türkiye'de kadına yönelik şiddet, her geçen gün artarak devam etmektedir. Bu sorunun ele alınması ve çözümü için birçok çalışma yapılmaktadır. Ancak, toplumsal bilincin artması için popüler kültür ürünleri de önemli bir araç olabilir. Bu makale, Türkiye'de üretilen dizilerin kadına yönelik erkek şiddetinin ele alınma biçimleri ve kadın karakterlerin şiddetle mücadele yöntemleri üzerine odaklanarak, Merhamet dizisi örneği üzerinden toplumsal cinsiyet eşitliği ve kadına yönelik şiddet sorununa ilişkin farkındalık yaratmayı amaçlamıştır.

Çalışmada ilk olarak Türkiye'nin dizi izleme alışkanlıkları ve üretimi, kültür endüstrisi bağlamında dizilerin önemi ile dizilerin toplumsal ve kültürel imgeseli konularına değinildikten sonra ikinci olarak diziler ve izleyiciler arasındaki etkileşim, sosyopolitik bağlam, sosyokültürel kodlar ve medya temsillerini ele alarak özellikle kadınların dizilerdeki temsilleri üzerinde durulmuştur. Çalışmada üçüncü olarak, kadına yönelik erkek şiddeti sorunu irdelenip hem Türkiye'de kadına yönelik erkek şiddeti sorunu hem de dizilerde söz konusu erkek şiddetinin ele alınması konuları tartışılmıştır. Son olarak ise Merhamet dizisindeki karakterlerin hikayeleri ve yaşadıkları ele alınarak söz konusu dizide kadınların şiddetle mücadele yöntemleri ve feminist bir perspektiften şiddetle mücadele olgusu ele alınmıştır.

Dizi, kadın karakterlerin şiddetle mücadele etme biçimlerinde güçlü bir kadın dayanışmasının önemini vurgulamakta ve izleyicilere ilham vermektedir. Dizideki kadın karakterler, çeşitli şiddet biçimleriyle karşı karşıya kalmalarına

rağmen, birbirlerine destek olarak güçlerini birleştirmişlerdir. Bu dayanışma, kadınların güçlenmesi ve toplumsal cinsiyet eşitliği için önemli bir örnek teşkil etmektedir. Ayrıca, dizideki kadın karakterlerin mücadele yöntemleri feminist bir perspektiften ele alındığında, kadınların güçlenmesine yönelik olumlu bir etki yaratarak toplumsal cinsiyet eşitliği için bir rol model oluşturabilir. Kadın karakterlerin şiddetle mücadele etmek için kendi güçlerini keşfetmesi, kadınların toplumsal cinsiyet rollerinin dışına çıkarak, kendi hayatlarına yön vermesini sağlamaktadır.

Bu çalışmanın sonucunda, toplumda meydana gelen sosyopolitik olaylar ile üretilen kültür sanat ürünlerinde ele alınan konular arasında bir paralellik olduğu, bir toplumda gündem olan problemlerin dizilerde kendine yer bulabileceği görülmüştür. Merhamet dizisi özelinde ise dizinin yayınlandığı dönemde mevcut olan yasa ve sözleşmelerin dizideki karakterlerin mücadele yöntemlerini etkilediği ve dizilerin kadına yönelik erkek şiddetinin ve bununla mücadelenin ele alınması ile toplumsal cinsiyet eşitliği konularında bir farkındalık yaratabileceği sonucuna varılmıştır. Sonuç olarak, Türkiye'de kadına yönelik şiddet sorunu, toplumsal cinsiyet eşitliği ve kadınların güçlenmesi konularında daha fazla farkındalık yaratılması gereken önemli bir sorundur. Bu sorunun ele alınması için, diziler gibi popüler kültür ürünleri de önemli araçlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Merhamet dizisi, her ne kadar mutlu sonla bitmemiş olsa da kadın karakterlerin şiddetle mücadele yöntemleri bağlamında önemli bir örnek teşkil etmektedir.

REFERANSLAR

1. Acar, F. ve Altunok, G. (2013) 'The 'politics of intimate' at the intersection of neo-liberalism and neo-conservatism in contemporary Turkey', *Women's Studies International Forum*, 41,14–23.
2. Adorno, T. W. (2007). *Kültür endüstrisi*. İstanbul: İletişim Yayınları.
3. Agamben, G. (2001). *Kutsal İnsan: Egemen İktidar ve Çıplak Hayat*, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
4. Akınerdem, F. ve Sirman N. (2018). *Türkiye'nin atmosferi ve yerli diziler üzerine diyalog*. 60 pages. <https://www.60pages.com/longreads/tuerkiyenin-atmosferi-ve-yerli-diziler-uezerine-diyalog/> adresinden 8 Temmuz 2023 tarihinde alınmıştır.
5. Althusser, L. (1975) *Idéologie et appareils idéologiques d'Etat : Notes pour une recherche*. Villetaneuse : Centre de reprographie de l'Université Paris-Nord.
6. Altınay, A. G. ve Arat, Y. (2008). *Türkiye'de Kadına Yönelik Şiddet*. İstanbul : Punto.
7. Altınkurt, Y. ve Aysel, İ. (2016). Yeni Türkiye ve Eğitim: Eğitime Dikkatli Bakmak (pp. 13-40). Editör İ. Kaya, *Yeni Türkiye'nin Toplumsal Yapısı*. İstanbul: İmge.
8. Belge, B. (2011). *Kadın Bakanlığı Kaldırıldı Kadın Örgütleri Öfkeli*. Bianet. <http://bianet.org/bianet/kadin/130585-kadin-bakanligi-kaldirildi-kadin-orgutleri-ofkeli> adresinden 7 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
9. Bianet. (2013). *Yeni Sağlık Bakanı da Kadına Hak Tanıymıyor*. Bianet. <https://m.bianet.org/bianet/kadin/144523-yeni-saglik-bakani-da-kadina-hak-tanimiyor> adresinden 8 Temmuz 2023 tarihinde alınmıştır.
10. Bianet. (2014). *Erdoğan: 1-2-3-4 Çocuk Gerisi Allah Kerim*. Bianet. <https://bianet.org/bianet/siyaset/160991-erdogan-1-2-3-4-cocuk-gerisi-allah-kerim> adresinden 8 Temmuz 2023 tarihinde alınmıştır.
11. Bourdieu, P. (1990). La domination masculine. *Actes de la recherche en sciences sociales*, 84(4), 2-31.
12. Connel, R. W. (1998). *Toplumsal Cinsiyet ve İktidar: Toplum, Kişi ve Cinsel Politika*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
13. De Lauretis, T. (2007). *Théorie queer et cultures populaires : de Foucault à Cronenberg*. Paris : La Dispute.
14. Dursun Ç. (2010). Kadına Yönelik Şiddet Karşısında Haber Etiği. *Fe Dergi*, 2(1), 19-32.
15. Ertürk, D. (2016). Yeni Türkiye'de Aile (pp. 179-214). Editör İ. Kaya, *Yeni Türkiye'nin Toplumsal Yapısı*. İstanbul: İmge.

16. Gazete Duvar. (2023). *Kadın Cinayetlerini Durduracağız Platformu: 2022'de 334 kadın öldürüldü.* Gazete Duvar. <https://www.gazeteduvar.com.tr/kadin-cinayetlerini-durduracagiz-platformu-2022de-334-kadin-olduruldu-haber-1596564> adresinden 6 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
17. Hall, S. (2008). *Identités et cultures : politiques des cultural studies*. Paris : Éd. Amsterdam.
18. Kergoat, D. (2000). Division sexuelle du travail et rapports sociaux de sexe (pp.35-44). Editör Helena Hirata, Françoise Laborie, Hélène Le Doaré ve Danièle Senotier, *Dictionnaire critique du féminisme*, Paris :P.U.F.
19. Molinier, P. ve Welzer-Lang, D. (2000). Féminité, masculinité, virilité (pp. 71-76). Editör Helena Hirata, Françoise Laborie, Hélène Le Doaré ve Danièle Senotier, *Dictionnaire critique du féminisme*, Paris :P. U.F.
20. Kümbetoğlu, B. (2010). Değersizleştirme: Kadın Bedeninin Maruz Kaldığı Şiddet (pp.39-61). Editörler Y. İnceoğlu ve A. Kar, *Dişillik, Güzellik ve Şiddet Sarmalında Kadın ve Bedeni, İstanbul : Ayrıntı Yayınları*.
21. IMDb. (2023). *IMDb Statistics*. Internet Movie Database. <https://www.imdb.com/pressroom/stats/> adresinden 6 Temmuz 2023 tarihinde alınmıştır.
22. IMDb. (2023). *IMDb*. IMDb.com. <https://www.linkedin.com/company/imdb-com/> adresinden 6 Temmuz 2023 tarihinde alınmıştır.
23. IMDb. (Tarih Yok). *Merhamet*. Internet Movie Database. <https://www.imdb.com/title/tt2716158/> adresinden 6 Temmuz 2023 tarihinde alınmıştır.
24. IMDb. (Tarih Yok). *User Reviews*. Internet Movie Database. https://www.imdb.com/title/tt2716158/reviews?ref_=tt_urv adresinden 6 Temmuz 2023 tarihinde alınmıştır.
25. KADAV. (2021). *Kadına yönelik şiddetle mücadele raporumuzu açıkladık.* Kadın Dayanışma Vakfı. <https://www.kadindayanismavakfi.org.tr/kadina-yonelik-siddetle-mucadele-raporumuzu-acikladik/> adresinden 6 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
26. Kanal D. (Tarih Yok). *Merhamet*. Kanal D. <https://www.kanald.com.tr/merhamet> adresinden 30 Mayıs 2023 tarihinde alınmıştır.
27. KCDP. (2014). *2013 yılında 237 kadın kardeşimiz öldürüldü.* Kadın Cinayetlerini Durduracağız Platformu. <https://kadincinayetlerini-durduracagiz.net/veriler/906/2013-yilinda-237-kadin-kardesimiz-olduruldu> adresinden 6 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.

- 28.KCDP. (2015). *2014 yılı kadın cinayeti gerçekleri*. Kadın Cinayetlerini Durduracağız Platformu. <https://kadincinayetlerininurduracagiz.net/veriler/1878/2014-yili-kadin-cinayeti-gercekleri> adresinden 6 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
- 29.KEİG. (2013). *Kadınları Dışlayarak Hazırlanan Kadın İstihdam Paketi Kadınlara Gelecek Vaat Etmiyor*. Kadın Emegi ve İstihdamı Girişimi. <http://www.keig.org/kadinklari-dislayarak-hazirlanan-kadin-istihdam-paketi-kadinklara-gelecek-vaat-etmiyor-kasim-2013/> adresinden 7 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
- 30.Kılınç, D. (2022). *Öz Savunma*. Feminist Bellek. <https://feministbellek.org/feminist-oz-savunma/> adresinden 8 Temmuz 2023 tarihinde alınmıştır.
- 31.Kılınç, M. K. (2022). *Türk dizisi ihracatında bu yılki hedef 600 milyon dolar*. Anadolu Ajansı <https://www.aa.com.tr/tr/ekonomi/turk-dizisi-ihracatinda-bu-yilki-hedef-600-milyon-dolar/2713349> adresinden 5 Temmuz 2023 tarihinde alınmıştır.
- 32.Le Bihan, Y. (2007). *Construction sociale et stigmatisation de la "femme noire": Imaginaires coloniaux et sélection matrimoniale*. Paris : L'Harmattan.
- 33.MEB. (2014). *Milli Eğitim İstatistikleri Örgün Eğitim 2013-2014*. Milli Eğitim Bakanlığı. <http://sgb.meb.gov.tr/www/milli-egitim-istatistikleri-orgun-egitim-2013-2014/icerik/95> adresinden 7 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
- 34.Milliyet. (2012). *Eşi Vefat Eden Kadınlara Bakanlıktan Maaş*. Milliyet. <https://www.milliyet.com.tr/gundem/esi-vefat-eden-kadinklara-bakanliktan-maas-1509172> adresinden 7 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
- 35.Mor Çatı. (2022). *Şiddet biçimleri*. Mor Çatı Kadın Sığınağı Vakfı. <https://morcati.org.tr/siddet-bicimleri/> adresinden 7 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
- 36.Mulvey, L. (1975). Visual Pleasure and Narrative Cinema. *Screen*, 16(3), 6-18.
- 37.Nochlin, L. (1994). *Women, Art, and Power: and Other Essays*. Londra: Thames and Hudson Ltd.
- 38.Resmi Gazete. (2012). *6360 Sayılı Kanun*. Resmi Gazete. <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2012/12/20121206-1.htm> adresinden 7 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
- 39.Resmi Gazete. (2013). *Gebe veya Emziren Kadınların Çalıştırılma Şartlarıyla Emzirme Odaları ve Çocuk Bakım Yurtlarına Dair Yönetmelik*.

- Resmi Gazete. <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2013/08/20130816-8.htm> adresinden 7 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
40. Sancar, S. (2016). *Erkeklik: İmkânsız İktidar Ailede, Piyasada ve Sokakta Erkekler*, İstanbul: Metis.
41. Scott, J. (1986). Gender: A Useful Category of Historical Analysis. *The American Historical Review*, 91(5), 1053-1075.
42. Sirman, N. (2017). “Diziler toplumun yansıması” diyen Prof. Dr. Nükhet Sirman: Kadın sorunlarını anlatan diziler artık rating yapmıyor; ekrana erkek hikayeleri egemen oldu. Boğaziçi’nde Bilim. <https://bogazicindebilim.boun.edu.tr/content/diziler-toplumu-yansimasi-diyen-prof-dr-nukhet-sirman-kadin-sorunlarini-anlatan-diziler> adresinden 6 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
43. TDK. (Tarih Yok). *Moskof*. Güncel Türkçe Sözlük. <https://sozluk.gov.tr/> adresinden 2 Ağustos 2023 tarihinde alınmıştır.
44. Telseren, A. (2014). Occupy Gezi : Est-il possible de penser une rupture durable ? *Encyclo : Revue de l'école doctorale ED 382*, 35-49.
45. Telseren, A. (2020). Changing Gender Politics in Turkey throughout the 2000s: A Feminist Analysis of Gender Policies Pursued by Justice and Development Party (Adalet ve Kalkınma Partisi - AKP) Governments. *Interdisciplinary Political Studies (IdPS)*, 6 (2), 357-395.
46. Uştuk, H. (2019). *ABD’den sonra en fazla dizi ihraç eden ülke Türkiye*. Anadolu Ajansı. <https://www.aa.com.tr/tr/kultur-sanat/abdden-sonra-en-fazla-dizi-ihrac-eden-ulke-turkiye/1641524#:~:text=Diziler%2C%20T%C3%BCrk%C3%A7e%20konu%C5%9Fulan%20Azerbaycan%2C%20T%C3%BCrkmenistan,listelerinde%20%C3%BCst%20s%C4%B1ralarda%20yer%20al%C4%B1yor> adresinden 5 Temmuz 2023 tarihinde alınmıştır.
47. Von Holdt, K. (2012). The Violence of Order, Orders of Violence: Between Fanon and Bourdieu. *Current Sociology*, 61(2), 112-131.
48. Yeşilgöz, R.D. (2012). *Medyanın cinsiyetçi halleri*. Bianet. <https://m.bianet.org/bianet/print/136774-medyanin-cinsiyetci-halleri> adresinden 6 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
49. Yiğit, H. (2020). *Antikahraman nedir ve ne değildir?* Gazete Bilkent. <https://www.gazetebilkent.com/kultur-sanat/801/antikahraman-nedir-ve-ne-degildir/> adresinden 6 Temmuz 2023 tarihinde alınmıştır.

5. Bölüm

Sağlık Turizminin Muhasebe Stratejileri Açısından İncelenmesi

Aydın ŞENOL¹

¹ Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Sağlık Yönetimi Bölümü, Sakarya, asenol@subu.edu.tr, ORCID: 0000-0001-5136-9463

ÖZET

Bu çalışma, sağlık turizmi alanındaki muhasebe stratejilerinin önemini incelemektedir. Sağlık turizmi, insanların sağlıklarını korumak veya tedavi olmak için düşük maliyetler ile özelleşmiş tıbbi prosedürlere erişmek ve bekleme sürelerini kısaltmak amacıyla yurtdışına seyahat ederek tıbbi bakım almayı tercih etmeleri nedeniyle dünya çapında yaygınlaşmaktadır. Sağlık turizmi işletmelerinin başarısı, fiyatlandırma, bütçeleme, vergilendirme ve performans değerlendirmesini içeren etkili mali yönetim stratejilerine bağlıdır. Bu süreçte, doğru finansal verilere sahip olmak, sağlam kararlar almak ve mali düzenlemelere uymayı garanti altına almak son derece önemlidir. Muhasebe uzmanlarının bu süreçte rolü büyük önem taşımaktadır. Doğru finansal bilginin sağlanması, fiyatlandırma stratejilerinin geliştirilmesi, nakit akışının yönetilmesi ve iç kontrollerin sağlanması gibi önemli sorumlulukları üstlenirler. Bu çalışma, sağlık turizmi sektöründe faaliyet gösteren işletmeler için doğru finansal bilginin önemini vurgulamakta ve para kaynaklarını etkili bir şekilde yönetmek için muhasebe stratejilerini ele almaktadır. Bu stratejilerin uygulanmasıyla, sağlık turizmi işletmeleri finansal performanslarını iyileştirebilir, risklerini yönetebilir, etkin ve doğru kararlar alabilirler.

Anahtar Kelimeler: Muhasebe, Yönetim, Sağlık Turizmi, Strateji, Mali Yönetim

GİRİŞ

Sağlık turizmi, her yıl milyonlarca insanın tıbbi tedavi için yurtdışına seyahat etmesiyle küresel bir olguya dönüşmüştür. Sağlık turizmi, maliyet tasarrufu, özel tedavilere erişim ve daha kısa bekleme süreleri gibi birçok avantaj sunmaktadır. Bununla birlikte, sağlık turizmi işletmelerinin mali yönlerini yönetmek zor ve karmaşık olabilir. Muhasebe, doğru finansal bilgi sağlama ve etkili mali yönetim stratejileri uygulama konusunda sağlık turizmi işletmelerinin başarısını sağlamada kritik bir rol oynamaktadır. Sağlık turizmi, bir kişinin doğum yeri ülkesinde mevcut olmayan veya daha uygun fiyatlı olan tıbbi bakım almak amacıyla yabancı bir ülkeye seyahat etme pratiğini ifade eder. Sağlık turistleri, diş tedavisi ve estetik cerrahi gibi rutin tıbbi prosedürlerden organ nakli, kanser tedavisi ve üreme tedavisi gibi daha karmaşık tedavilere kadar geniş bir yelpazede tıbbi tedaviler aramaktadır. Gelişmiş birçok ülkede artan sağlık maliyetleri, uzun bekleme süreleri ve gelişmekte olan ülkelere yüksek kalitede tıbbi tedavilerin ve tesislerin giderek daha fazla bulunabilir hale gelmesi gibi birçok faktör, sağlık turizminin yıllar içinde giderek popüler hale gelmesine katkıda bulunmuştur. Kendi ülkesinde erişilemeyen veya maliyet açısından yüksek olan özel tıbbi tedavilere duyulan özlem, sağlık turizminin arkasındaki önemli bir itici güçtür (Lee ve Spisto, 2007).

Tıbbi turistler, tıbbi bakımın yanı sıra genellikle gezip görmek, alışveriş yapmak ve kültürel deneyimler yaşamak gibi rekreasyonel faaliyetlere de katılmaktadır. Bu durum, tıbbi bakımı seyahat ve eğlenceyle birleştiren sağlık turizmi paketlerinin oluşturulmasına yol açmıştır. Sağlık turizminin genişlemesi, küresel ekonomi üzerinde önemli bir etkiye sahip olmuş ve yıllık milyarlarca dolar gelir elde edilmesini sağlamıştır. Tıbbi tedavilerin kalitesi ve güvenliği, sağlık turizmi sağlayıcılarının düzenlenmesi ve sağlık turizmi uygulamasıyla ilgili etik düşünceler, sektörün karşılaştığı engellerden sadece birkaçıdır. Mali yönetim konusunda, sağlık turizmi işletmeleri benzersiz zorluklarla karşılaşmaktadır. Döviz kuru dalgalanmaları, çeşitli vergi yasaları ve düzenlemeleri, karlılığı korurken rekabetçi fiyatlar sunma gerekliliği gibi nedenler yaşanan zorlukların sebepleridir. Muhasebe uzmanları, bu zorlukların yönetilmesinde ve sağlık turizmi işletmelerinin finansal hedeflerine ulaşabilmeleri için gerekli bilgi ve becerilere sahiptirler (Horowitz, 2007; Connell, 2011).

1. SAĞLIK TURİZMİNDE MUHASEBENİN ROLÜ

1.1. Sağlık Turizmi İçin Mali Yönetim

Sağlık turizmi için mali yönetim, başarılı bir sağlık turizmi işletmesi için oldukça önemlidir. Hastaların uluslararası olarak seyahat ederek tıbbi bakım alması olan sağlık turizmi, mali tasarruf sağlaması, sofistike tıbbi teknolojiye erişim imkânı ve daha kısa bekleme süreleri gibi nedenlerle son yıllarda popülerlik kazanmıştır. Sağlık turizmi işletmesinin mali kaynaklarının yönetimi, fiyatlandırma, bütçeleme, vergilendirme ve performans değerlendirmesi gibi süreçlerde zorluklar içermektedir.

Fiyatlandırma, bir sağlık turizmi kuruluşunun karlılığı için hayati öneme sahiptir. Fiyatlandırma stratejisi, diğer ülkelerden hastaları çekecek kadar rekabetçi olmalı, aynı zamanda tıbbi tedavilerin, seyahatlerin ve diğer masrafların maliyetlerini karşılayacak kadar karlı olmalıdır. Muhasebe profesyonelleri, fiyatlandırma stratejisi geliştirme konusunda önemli bir rol oynamaktadır. Piyasa koşullarını analiz eder, tıbbi tedavilerin, seyahatlerin ve diğer masrafların maliyetlerini değerlendirir ve küresel pazarda karlı ve rekabetçi fiyatlandırma modelleri tasarlar (Connell, 2006).

Bir diğer mali turizmi işletmeleri için temel öneme sahip olan mali yönetim faaliyeti ise bütçelemedir. Bütçeleme, kaynakların etkin ve verimli bir şekilde tahsis edilmesini, operasyonların sorunsuz bir şekilde yürütülmesini ve mali sürdürülebilirliği sağlamak için önemlidir. Muhasebe uzmanları, mali turizmi işletmelerinin dalgalanmalara uygun bütçeleme prosedürleri oluşturmalarına yardımcı olurlar. Talep değişiklikleri, döviz kurları ve diğer dış etkenler, sağlık turizminin gelirlerini ve giderlerini etkileyebilir. Muhasebe uzmanları, pazar koşullarında değişikliklere uyum sağlayabilen ve kaynakların etkin bir şekilde tahsis edildiği bütçeleme süreçlerinin geliştirilmesine yardımcı olurlar.

Turizmi işletmeleri için mali yönetiminin bir diğer önemli konusu ise vergilendirmedir. Sağlık turizmi işletmelerinin faaliyet gösterdikleri ülkelerin vergi yasalarına ve düzenlemelerine uyum sağlamaları önemlidir. Uluslararası vergi yasalarına hâkim muhasebe uzmanları, sağlık turizmi işletmelerine vergilendirme konusunda uygulamalara önemli katkılar sağlamaktadır (Čabinová et al., 2021; Dobrovič ve Stoch, 2021).

1.2. Sağlık Turizmi İşletmeleri İçin Doğru Finansal Bilgilerin Önemi

Bu bölümde, sağlık turizmi şirketleri için hassas finansal verilerin önemine değinilecektir. Öncelikle, belirli finansal veriler, sağlık turizmi işletmelerinin başarılı fiyatlandırma yöntemlerini geliştirmesine yardımcı olurlar. Fiyatlandırma, sağlık turizmi işletmelerinin başarısı için kritik öneme sahiptir. Çünkü hastalar sık sık yurtdışında daha ucuz tedavilere yönelmektedir. Bunun

sonucunda, fiyatlandırma çok düşükse mali kayıplara yol açabilirken, çok yüksekse hasta talebini azaltabilir. Doğru finansal verilerin yardımıyla doğrudan maliyetler (tıbbi işlemler, ilaçlar ve cihazlar gibi) ve dolaylı maliyetler (pazarlama, personel ve genel giderler gibi) mali yönetim stratejilerine göre belirlenebilir. Bu veriler, işletmelerin masraflarını karşılayan ve kar elde eden rekabetçi fiyatlar belirlemelerine yardımcı olurlar. Hassas finansal veriler, sağlık turizmi şirketleri için büyük önem taşır. Yanlış finansal bilgiler, yanlış kararlar alınmasına, kaynakların yanlış tahsis edilmesine, mali kayıplara ve yasal olarak cezai sorumluluklara yol açabilir. Buna karşılık, doğru finansal bilgi, sağlık turizmi işletmelerine mali yönden sağlıklı olup olmadığını, güçlü ve zayıf yönlerini, fırsatları ve tehditleri anlama konusunda net bir anlayış sağlarlar (Stewart ve Bestor, 2000; Zelman, et al., 2009).

İkinci olarak, kesin mali veriler, sağlık turizmi işletmelerinin nakit akışını etkin bir şekilde takip etmelerini sağlar. Nakit akışı, bir kuruluşa para girişlerinin ve çıkışlarının takip edilmesidir. Sağlık turizmi işi ile uğraşan işletmeler, giderleri karşılamak, borçları ödemek ve büyüme fırsatlarına yatırım yapmak için pozitif nakit akışını sürdürmelidir. Doğru mali veriler, işletmelere nakit girişlerini ve çıkışlarını izleme, nakit akışı sorunlarını tespit etme ve hızlı düzeltici önlemler alma imkânı sağlar. Örneğin, bir sağlık turizmi şirketi nakit akışı açığı yaşıyorsa, tedarikçileriyle uzatılmış ödeme koşulları üzerinde pazarlık yapabilir, ek finansman kaynaklarına başvurabilir veya giderlerini azaltabilir.

Üçüncü olarak, doğru mali bilgiler, sağlık turizmi işletmelerinin mali yasalara ve düzenlemelere uyum sağlamasına yardımcı olur. Sağlık turizmi ile uğraşan şirketler, ülkeler ve bölgeler arasında değişen karmaşık bir yasal ve düzenleyici ortamda faaliyet gösterirler. Finansal yasalara ve düzenlemelere uyumsuzluk, ciddi cezalar, yasal anlaşmazlıklar ve işletmeye itibar kaybıyla sonuçlanabilir. Doğru mali bilgilere erişimleri olduğunda işletmeler, ilgili yasalara ve düzenlemelere uygun olarak doğru mali tablolar, vergi beyannameleri ve diğer mali raporlar hazırlayabilirler. Muhasebe uzmanları, sağlık turizmi işletmelerine faaliyetlerine uygulanabilecek çeşitli finansal yasalara ve düzenlemelere anlama ve uyum sağlama konusunda yardımcı olabilirler.

Dördüncü olarak, kesin mali veriler, işletmelere performanslarını değerlendirmelerine ve bilinçli kararlar vermelerine yardımcı olur. Sağlık turizmi ile uğraşan işletmelerin rekabetçi ve karlı kalmak için performanslarını sürekli olarak izlemeleri ve geliştirmeleri gerekmektedir. İşletmeler, doğru mali verilerin yardımıyla gelirlerini, giderlerini, kar marjlarını ve diğer ana performans göstergelerini izleyebilir. Bu veriler, işletmelere güçlü ve zayıf

yönlerini belirleme, stratejilerinin etkinliğini değerlendirme ve performanslarını artırmak için bilinçli kararlar alma konusunda yardımcı olurlar (Mudur, 2003; Bookman, 2007; Robinson, 2020).

1.3. Sağlık Turizmi İşletmelerinin Etkin Finansman Yapısını Yönetebilmesi İçin Muhasebe Stratejileri

Sağlık turizmi işletmeleri, başarılı olabilmesi için etkin mali yönetim stratejilerini uygulayarak dinamik ve rekabetçi bir ortamda faaliyet göstermektedir. Muhasebe uzmanları, sağlık turizmi işletmelerine hedeflerine ulaşmalarını sağlayan sağlam mali yönetim stratejileri geliştirme ve uygulama konusunda yardımcı olabilirler. Bu bölümde, sağlık turizmi işletmelerinin finanslarını yönetmek için bazı muhasebe stratejilerini şu şekilde sıralanabilir:

Bir bütçenin oluşturulması: Bütçe, bir işletmenin belirli bir dönem için beklenen gelirlerini ve giderlerini belirten bir mali plandır. Sağlık turizmi işletmeleri, kaynakları etkili bir şekilde tahsis etmelerine, finansal performanslarını izlemelerine ve bilinçli kararlar vermelerine yardımcı olabilmesi için bir bütçe oluşturabilirler. Bütçe gerçekçi olmalı ve tarihsel veriler ve piyasa eğilimleri de dahil olmak üzere doğru finansal bilgilere dayanmalıdır.

Giderlerin izlenmesi: Sağlık turizmi işletmeleri, bütçelerini aşmamak ve fazla harcamalardan kaçınmak için giderlerini düzenli olarak izlemelidir. Muhasebe uzmanları, işletmelere gider takip sistemleri geliştirmelerine yardımcı olabilir ve onlara harcamaları hakkında doğru ve zamanında bilgi sağlayabilirler. Giderleri izleyerek, işletmeler maliyetleri azaltabilecekleri ve karlılıklarını artırabilecekleri alanları belirleyebilirler (Gyu Ko, 2011).

Mali oranları kullanılması: Mali oranlar, bir işletmenin mali performansını ve sağlığını değerlendirmek için kullanılan ölçütlerdir. Sağlık turizmi işletmeleri, likidite, özsermaye yapıları, karlılık ve verimlilik gibi konularda değerlendirme yapmak için mali oranları kullanabilirler. Muhasebe uzmanları, işletmelere cari oran, özsermaye borç oranı, brüt kâr marjı ve yatırım getirisi gibi mali oranları hesaplamada ve yorumlamada yardımcı olabilir. Mali oranları kullanarak, işletmeler mali performanslarını iyileştirmeleri gereken alanları belirleyebilir ve düzeltici önlemler alabilirler (Greenlee ve Tuckman, 2007; Goh, Mat Roni, ve Bannigidmath, 2022).

Doğru kayıtların tutulması: Sağlık turizmi işletmeleri, karar verme süreçlerini desteklemek için güvenilir bilgilere sahip olmak amacıyla doğru mali kayıtları tutmalıdır. Muhasebe uzmanları, işletmelere ilgili mali yasalara ve düzenlemelere uyum sağlayan kayıt tutma sistemleri geliştirmede yardımcı

olabilirler. Doğru mali kayıtlar aynı zamanda işletmelerin doğru mali tablolar, vergi beyannameleri ve diğer mali raporlar hazırlamalarına da yardımcı olabilir.

Nakit akışının tahmin edilmesi: Nakit akışı tahmini, bir işletmenin gelecekteki nakit girişlerini ve çıkışlarını tahmin etme sürecidir. Sağlık turizmi işletmeleri, nakit akışı tahminini kullanarak potansiyel nakit akışı sorunlarını belirleyebilir ve bunları çözmek için zamanında önlemler alabilirler. Muhasebe uzmanları, işletmelere mevsimsellik, döviz kuru ve ödeme koşulları gibi nakit akışını etkileyebilecek farklı senaryoları ve faktörleri dikkate alan nakit akışı tahmin modelleri geliştirmede yardımcı olabilirler (Demicco ve Teng, 2017). İç kontrol önlemlerini uygulayın: İç kontrol önlemleri, işletmelerin finansal işlemlerinin doğru, eksiksiz ve güvende olduğunu sağlamak için uyguladıkları politika ve prosedürlerdir. Sağlık turizmi işletmeleri, iç kontrol önlemlerini uygulayarak dolandırıcılığı, hataları ve fonların yanlış yönetimini önleyebilirler. Muhasebe uzmanları, ilgili finansal yasalara ve düzenlemelere uyum sağlayan iç kontrol önlemleri geliştirmekte ve uygulamada işletmelere yardımcı olabilirler.

Muhasebe uzmanları, sağlık turizmi işletmelerine hedeflerine ulaşmalarını sağlayan etkili finansal yönetim stratejileri geliştirme ve uygulama konusunda yardımcı olabilirler. Bu stratejiler arasında bütçe oluşturma, giderleri izleme, mali oranları uygulama, doğru kayıtları tutma, nakit akışını tahmin etme ve iç kontrol önlemlerini uygulama yer almaktadır. Bu stratejileri uygulayarak, sağlık turizmi ile uğraşan işletmeler finansal performanslarını geliştirebilir, finansal risklerini azaltabilir ve bilinçli kararlar verebilirler (Carrera ve Bridges, 2006; Turner, 2007; Nangia, Agrawal ve Reddy, 2011).

1.4. Sağlık Turizmi İçin Fiyatlandırma ve Bütçeleme

Sağlık turizmi işletmeleri için mali yönetim, fiyatlandırma ve bütçeleme konularını içermelidir. Fiyatlandırma, sunulan hizmetler için doğru fiyatları belirlemeyi içerirken, bütçeleme ise kaynakları etkili bir şekilde tahsis etmek için yapılan faaliyetleri kapsar. Sağlık turizmi ile uğraşan işletmeler için fiyatlandırma ve bütçeleme teknikleri aşağıda ele alınmıştır.

Maliyet artı fiyatlandırma olarak bilinen bir fiyatlandırma stratejisinde, bir şirket maliyetlerine bir kâr marjı ekleyerek satış fiyatını belirler. Sağlık turizmi ile uğraşan işletmeler, maliyet artı fiyatlandırma sayesinde kâr elde edebilir ve maliyetlerini karşılayabilir. Kâr marjını belirlerken işletmelerin doğrudan ve dolaylı maliyetleri (örneğin işçilik, malzeme ve yönetim) dikkate almaları gerekmektedir. Bu maliyetleri karşılamak ve kabul edilebilir bir kâr marjı elde etmek için kâr marjı yeterli olmalıdır.

Değer temelli fiyatlandırma olarak bilinen bir fiyatlandırma stratejisinde, bir işletme hizmetlerinin müşteriler için algılanan değerine göre fiyatlarını belirler. Değer temelli fiyatlandırma kullanarak, sağlık turizmi şirketleri rakiplerinden ayrılabilir ve üstün hizmetler için daha fazla ödemeye istekli müşterileri çekebilir. İşletmeler, sundukları avantajları, rekabet seviyesini ve müşterilerin ürün veya hizmetlere ödeme yapma olasılığını dikkate almalıdır.

Dinamik fiyatlandırma olarak bilinen bir fiyatlandırma stratejisinde, bir şirket piyasadaki arz ve talebe yanıt olarak fiyatlarını değiştirir. Sağlık turizmi işletmeleri, dinamik fiyatlandırma kullanarak geliri ve doluluk oranlarını maksimize edebilir. Dinamik fiyatlandırmayı uygulamadan önce kapasitelerini, yoğun dönemleri ve müşteri davranışını göz önünde bulundurmalarıdır. İşletmeler yavaş sezonlarda fiyatları düşürebilir ve yoğun dönemlerde fiyatları yükseltebilirler (Chin-Tsai, In-Fun ve Ya-Ling, 2009; Haung, Wang ve Chiang, 2010; Nangia, Agrawal ve Reddy, 2011; Medhekar, Wong ve Hall, 2014; Alauddin, Li ve Chowdhury, 2021).

Bütçeleme stratejileri olarak, işletmelerin düşünceleri gereken diğer bütçeleme stratejileri arasında giderleri azaltma, gelir akışlarını artırma ve karı artırmak için maliyet tasarrufu önlemleri uygulanması yer alır. İşletmelerin mali durumlarını dikkatlice analiz etmeleri ve bilinçli kararlar almaları, bir bütçe planı oluşturmaları önemlidir. Sağlık turizmin de tıbbi prosedürlerin maliyeti ve seyahat giderleri, hedefe ve tedavi türüne bağlı olarak büyük farklılıklar gösterebilir. Bu nedenle, işletmeler tüm faktörleri göz önünde bulundurmalı ve bütçe planlarının gerçekçi ve etkili olmasını sağlamak için profesyonel tavsiye aramalıdır.

Bir şirketin sabit bütçesi belirli bir dönem için belirlenir. Sağlık turizmi şirketleri, sabit bütçeleme kullanarak giderleri ve gelirleri planlayabilir ve performanslarını değerlendirebilir. Sabit bir bütçe, tarihsel verileri, piyasa trendlerini ve işletme hedeflerini dikkate almalıdır. Sabit bütçeleme, işletmelerin gereksiz harcamalardan kaçınmasına ve mali hedeflere ulaşmasına yardımcı olur. Esnek bütçeleme, bir organizasyonun bütçesini satış hacmi veya diğer faktörlere göre ayarlamasına olanak tanır. Esnek bütçeleme, sağlık turizmi şirketlerinin harcamaları talebe, rekabete ve diğer faktörlere göre ayarlamasını sağlar. Esnek bütçeleme için işletmelerin birçok senaryo ve faktörü dikkate almaları gerekir. Esnek bütçeleme, işletmelerin çevresel değişikliklere uyum sağlamalarına ve mali hedeflere ulaşmalarına yardımcı olur.

Sıfırdan bütçeleme, bir şirketin bütçesini tarihsel veriler yerine hedeflerine dayandırma stratejisidir. Sıfırdan bütçeleme, sağlık turizmi şirketlerinin harcamalarını değerlendirmelerine ve maliyetleri azaltmak ve verimliliği artırmak için yollar bulmalarına olanak tanır. İşletmelerin hedeflerini,

amaçlarını ve faaliyetlerini değerlendirerek sıfırdan bütçeleme mali yönetim stratejilerini uygulamaları gerekmektedir (Berger, 2004; White, 2014; Aliu, et al., 2016; Fetscherin ve Stephano, 2016).

Başarılı finansal yönetim, sağlık turizmi işletmelerinin uzun vadeli hayatta kalması ve büyümesi için önemlidir. Bu sektördeki şirketler, finansal yönetimin genel bir parçası olarak fiyatlandırma ve bütçeleme stratejileri konusunda dikkatli düşünmelidir. Sağlık turizmi alanında hizmet sunan sağlayıcılar, ürün ve hizmetlerine piyasa için adil fiyatlar belirlemek için fiyatlandırma stratejileri geliştirmekten fayda sağlayabilir. Nihai fiyatı belirlemek için maliyet artı fiyatlandırma yöntemleri, hizmetin doğrudan maliyetlerine bir marj ekler. Bir hizmetin fiyatını, müşteriye sağladığı değere göre belirlemek ise değer temelli fiyatlandırmanın bir örneğidir. Arz ve talepteki değişikliklere yanıt olarak fiyatlar dinamik olarak değiştirilir. Sağlık turizmi ile uğraşan işletmeler, bütçeleme stratejileriyle maliyetlerini ve karlarını daha iyi planlayabilir ve yönetebilir. Sabit bir bütçe kullanarak belirli bir zaman dilimi için finansal hedefler ve sınırlar belirlenir. Satış hacmi veya diğer faktörler dalgalandığında esnek bir bütçe buna göre ayarlanabilir. Sıfırdan bütçelemeye, harcama sınırları geçmiş sonuçlar yerine beklenen sonuçlar göz önünde bulundurularak belirlenir. Sağlık turizmi ile uğraşan işletmeler, sağlam fiyatlandırma ve bütçeleme uygulamalarıyla kâr elde etme veya denk gelme gibi finansal hedeflerine ulaşma şanslarını artırabilirler. Strateji belirlemeden önce, rekabet düzeyi, piyasa trendleri ve müşteri davranışı gibi birçok faktörü dikkate almak önemlidir. Hızla değişen ve hızla genişleyen sağlık turizmi endüstrisinde başarılı olmak için sağlam bir mali yönetim gerekmektedir. Sağlık turizmi ile uğraşan işletmeler, etkili fiyatlandırma ve bütçeleme stratejilerini benimseyerek uzun vadeli başarı için temel atabilir ve sektörün ilerlemesine yardımcı olabilirler (Lunt ve Carrera, 2010; Smith, Álvarez ve Chanda, 2011).

Sağlık turizminin başarısı, uygun maliyetler ve maliyet-etkinliğine göre harcama planlarına bağlıdır. Giderlerin kontrolü ve piyasada rekabetçi fiyatlar belirleme, işletmelere uzun vadeli finansal sağlıklarını korumada yardımcı olan mali yönetimin iki önemli unsurdur. Sağlık turizmi ile uğraşan işletmeler, yeni müşterileri çekmek ve mevcut müşterilerini elde tutmak için rekabetçi fiyatlar sunmalıdır. Piyasada rekabetçi fiyatlar belirledikleri takdirde, işletmeler rakiplerinden bir adım öne geçme ve tıbbi tedaviler ve prosedürler için hastaların tercihi haline gelme fırsatı yakalarlar. Fiyatları çok yüksek veya çok düşük belirlemek her ikisinde de istenmeyen sonuçlar ortaya çıkabilir. Fiyatlar çok yüksek olduğunda müşteriler ürünlerinizi satın almaktan vazgeçebilir, ancak çok düşük olduğunda gelirden düşüş yaşayabilir ve maliyetlerinizi karşılamakta zorlanabilirsiniz. Rekabetçi fiyatlandırma stratejileri kullandıkları

için, sağlık turizmi ile uğraşan şirketler hem cazip hem de karlı fiyatlarla hizmet sunabilme imkanına sahiptir.

Sağlık turizmi ile ilgili işletmeler için bütçeleme son derece önemlidir. Bir bütçe oluşturduklarında ve buna uymayı sürdürdüklerinde işletmeler finansal performanslarını izleyebilir, harcamalarını ve gelirlerini planlayabilir ve maliyetleri azaltma fırsatları bulabilirler. Bu, işletmelere bütçelerini koruma, gereksiz harcamalardan kaçınma ve mali hedeflerine ulaşma konusunda yardımcı olur. Dikkatli planlama sayesinde, organizasyonlar piyasada ortaya çıkan değişikliklere ve beklenmedik maliyet artışlarına uyum sağlayabilirler. Rekabetçi ve verimliliği maksimize eden bütçeler oluşturmak için pazar trendlerini, tüketici davranışlarını ve maliyetleri incelemek gerekmektedir. Sağlık turizmi sektöründe faaliyet gösteren şirketler, finansal hedeflerine ulaşmak ve rekabetin önünde kalmak için düzenli olarak fiyatlandırma ve bütçeleme politikalarını gözden geçirmelidir (Lunt ve Carrera, 2010; Connell, 2013).

Fiyatları belirlemek ve bütçeler oluşturmak sağlık turizmi şirketleri için muhasebe becerilerinin kullanılmasını gerektirir. Bu stratejiler, şirketlerin sağlam finansal kararlar almasına ve uzun vadeli mali sürdürülebilirliklerini sağlamalarına yardımcı olur. Sağlık turizmi sektöründe fiyatlandırma ve bütçeleme için uygulanabilecek bazı muhasebe stratejileri şunlardır:

Faaliyet tabanlı maliyetlendirme (ABC): ABC, maliyetleri belirli hizmetle ilgili faaliyetlere tahsis eden bir maliyetlendirme tekniğidir. Bu yaklaşım, sağlık turizmi şirketlerinin sundukları her hizmetle ilgili maliyetleri anlamalarına yardımcı olabilir. İşletmeler, bu maliyetleri detaylı bir şekilde anlayarak hizmet sağlama maliyetini uygun bir şekilde yansıtan fiyatlandırmalar yaparak maliyetlerini karşıladıklarından ve rekabetçi kaldıklarından emin olabilirler.

Kâr eşiği analizi: Bu analiz, sağlık turizmi ile uğraşan işletmelerin gelirin giderlere eşit olduğu noktayı belirlemelerine yardımcı olur. Bu yöntem, şirketlerin kâr elde etmek için gereken minimum geliri hesaplamalarına ve buna göre fiyatları ayarlamalarına olanak sağlar. Bu yöntem aynı zamanda bütçe oluşturmak için de kullanılabilir ve giderleri karşılamak için ne kadar para gerektiğini tahmin etmede yardımcı olabilir (Milda Handayani, et al., 2020).

Varyans analizi: Bu teknik, gerçekleşen ve bütçelenen mali performans arasındaki farkları inceleyerek tutarsızlıkları bulmayı ve nedenlerini incelemeyi amaçlar. Bu yöntem, sağlık turizmi şirketlerinin bütçeleri aşan veya beklenenden daha az gelir getiren alanları tespit etmelerine yardımcı olabilir. Bu yöntem, şirketlerin fiyatlandırma ve bütçeleme stratejilerinde gerekli değişiklikleri yapmalarını sağlar.

Maliyet-hacim-kâr (CVP) analizi: Bu yöntem, satış hacmi, giderler ve fiyatlar gibi değişkenlerin karlılığı nasıl etkilediğini anlamak için sağlık turizmi şirketlerine yardımcı olur. Şirketler, CVP analizi kullanarak hedeflenen kâr marjını elde etmek için gerekli satış hacmini belirleyebilirler. Bu strateji, şirketlere hem gereken kâr marjını sağlayacak fiyatları belirlemelerine hem de pazar rekabetini sürdürmelerine yardımcı olabilir.

Sağlık turizmi şirketleri, bu muhasebe yöntemlerini kullanarak, hizmet sunma maliyetini doğru bir şekilde yansıtan fiyatlandırma ve karlılıkla maliyetleri dengeleyen bütçeler oluşturma konusunda uzun vadeli finansal sürdürülebilirliklerini sağlayabilirler (Mueller ve Kaufmann, 2001; Lawson, 2005; Rab-Przybyłowicz, 2016; Mashayekhi ve Ara, 2017; Manjunatha ve Rajini, 2022).

1.5. Vergi Yükümlülüklerini En Aza İndirmek ve Performans Analizi Yapmak İçin Muhasebe Stratejileri

Sağlık turizmi işletmeleri, doğru finansal kayıtlar tutmalı, proaktif vergi planlaması yapmalı, giderleri etkin bir şekilde kontrol etmeli, finansal analizler yapmalı ve uzman vergi danışmanları veya muhasebecilerle danışarak uzman görüşler almalıdır. Bu taktikler, işletmelerin vergi yükümlülüklerini azaltmalarını ve performans değerlendirmeleri yapmalarını sağlayarak, finansal yönetim süreçlerini iyileştirir, vergi kurallarına uyumu sağlar ve finansal başarıya yol açacak sağlıklı kararlar almayı sağlar. Doğru kayıt tutma, vergi planlaması, harcama yönetimi, finansal analiz ve uzmana danışma, işletmelerin vergi yükümlülüklerini azaltmalarına ve performans analizi yapmalarına yardımcı olabilir (Reisman, 2010).

Sağlık turizmi işletmeleri için vergilendirme ve performans analizi, finansal yönetimin önemli unsurlarıdır. Sağlık turizmi işletmelerinin mali istikrarı ve sürdürülebilirliği, doğru finansal bilgilere, etkili muhasebe stratejilerine, uygun fiyatlandırmaya ve bütçelemeye, kapsamlı performans analizine dayanmaktadır. Sağlık turizmi işletmeleri için performans değerlendirmesi, finansal verilerin ve önemli performans göstergelerinin incelenmesi yoluyla gerçekleştirilir. İşletmeler, finansal performanslarını değerlendirebilir, geliştirme fırsatlarını tanıyabilir ve bilinçli iş kararları alabilirler. Performans analizinin kullanımı, sağlık turizmi işletmelerine gelir akışlarını, karlılıklarını ve operasyonel verimliliklerini anlamada yardımcı olabilir. Karşılaştırma analizi uygulaması, sağlık turizmi işletmelerinin endüstri standartlarına ve rakiplerine göre performanslarını değerlendirmelerine yardımcı olabilir. İyileştirme gerektiren alanları tespit ederek, sağlık turizmi işletmeleri operasyonlarında, fiyatlandırma

taktiklerinde ve tanıtım faaliyetlerinde gerekli değişiklikleri yapabilir, böylece geliri artırabilir, giderleri azaltabilir ve karlılığı artırabilir.

Verimli vergilendirme ve performans değerlendirmesi yönetimi için mali tablo analizi, vergi planlaması ve uyumu, karşılaştırmalı mali analiz gibi muhasebe metodolojilerinin kullanılması gerekmektedir. Bu metodolojilerin uygulanmasıyla, sağlık turizmi işletmeleri mali etkinliklerini değerlendirebilir, vergi mevzuatına uyar, doğru ticari kararlar alabilir ve kalıcı finansal sürdürülebilirlik ve başarı için bir temel oluşturabilir (Gan ve Frederick, 2009; Suess, Baloglu ve Busser, 2018). Vergi yasalarını ve kurallarını anlamak, sağlık turizmi işletmelerinin mali ve yasal sonuçlardan kaçınması için gereklidir. Etkili vergi planlaması ve uyumu, maliyetleri düşürmeye ve finansal istikrarı korumaya yardımcı olabilir. Vergiler önemli bir yük olabilir. Vergi yükümlülüklerini azaltmak ve uyum sağlamak için sağlık turizmi işletmeleri, konumlarına bağlı olarak vergi uzmanlarıyla iş birliği yapmalıdır çünkü vergi mevzuatının karmaşıklığı değişebilir. Etkili vergi planlaması ve uyum aynı zamanda mali risklere karşı koruma sağlar, doğru finansal kayıtları garanti eder ve uzun vadeli finansal sürdürülebilirliği destekler.

İşletmeler, finansal verileri ve performans ölçütlerini inceleyerek mali performanslarını değerlendirebilir, gelişim alanlarını belirleyebilir ve stratejik iş kararları alabilirler. Performans analizi sayesinde işletmeler, gelir akışlarını, karlılıklarını ve operasyonel etkinliklerini daha iyi anlayabilir ve rakiplerine ve sektör normlarına göre performanslarını değerlendirmelerine yardımcı olabilir. Performans analizine dayanarak, operasyonlar, fiyatlandırma stratejileri ve pazarlama girişimleri geliştirilebilir, satışlar artırılabilir, maliyetler düşürülebilir ve karlılıklarını artırılabilir. Genel olarak, sağlık turizmi işletmelerinde etkili bir mali yönetim için detaylı performans analizi ve vergi kuralları, düzenlemelerine dikkat etmek gerekmektedir. Etkili muhasebe uygulamaları, rekabetçi fiyatlandırma, bütçeleme ve düzenli performans değerlendirmeleri, sağlık turizmi sektörünün mali açıdan istikrarlı olmasını ve uzun vadeli başarı yaşamasını sağlamak için önemlidir (Herrick, 2007; Frauman ve Banks, 2011; Khan, 2018).

SONUÇ

Sağlık turizmi işletmeleri, vergi yasaları ve düzenlemelerinin tanınması ve performans analizi aracılığıyla finansal istikrarlarını ve sürdürülebilirliklerini sağlayarak endüstride uzun vadeli başarı elde edebilirler. Sağlık turizmi firmalarının finansal bileşenlerinin yönetimi aynı zamanda performans analizini de gerektirir. İşletmeler, finansal verilerini ve performans ölçütlerini inceleyerek finansal performanslarını değerlendirebilir, geliştirilmesi gereken alanları

belirleyebilirler ve etkili kararlar alabilirler. Etkili vergi ve performans yönetimi, sağlık turizmi sektöründe uzun vadeli finansal istikrar ve başarı için temel oluşturabilir. Genel olarak, rekabetçi fiyatlandırma ve bütçeleme, iyi muhasebe prosedürlerinin benimsenmesi ve kapsamlı performans analizi, başarılı bir sağlık turizmi işletmesi oluşturmak için önemlidir. Sağlık turizmi işletmeleri, vergi yasaları ve düzenlemelerinin önemini ve performans analizini anlayarak finansal istikrarlarını ve sürdürülebilirliklerini koruyabilirler.

Yeni araştırmalar, sağlık turizmi mali yönetiminde ortaya çıkan yeni trendleri, yeni muhasebe stratejilerinin sağlık turizmi işletmelerinin finansal performansına etkisini, karar verme sürecinde performans analizinin rolünü ve sağlık turizmi işletmeleri için muhasebe zorluklarını ve çözümlerini inceleyebilir. Bu çalışmalar, dinamik ve genişleyen pazarda finansal performansı, istikrarı ve sürdürülebilirliği iyileştirmeye yardımcı olabilir. Çeşitli sağlık turizmi bölgelerindeki muhasebe uygulamalarının karşılaştırmalı analizi, vergi yasaları, yasal düzenlemeleri ve kültürel faktörlerdeki farklılıkları olabilir. Sağlık turizmi mali yönetiminde ortaya çıkan yeni trendler, teknolojik ilerlemeler, değişen yasal düzenlemeler ve küresel ekonomik faktörler gibi konuları içerebilir.

REFERANSLAR

- Alauddin, M., Li, J. J., ve Chowdhury, M. A. I. (2021). General medical tourism products and services in Bangladesh. *Tourism Products and Services in Bangladesh: Concept Analysis and Development Suggestions*, 27-44.
- Berger, S. H. (2004). 10 ways to improve healthcare cost management: if your hospital hasn't been achieving cost savings, maybe you need to make--or renew--a commitment to cost management. *Healthcare Financial Management*, 58(8), 76-81.
- Carrera, P. M., ve Bridges, J. F. (2006). Globalization and healthcare: understanding health and medical tourism. *Expert review of pharmacoeconomics and outcomes research*, 6(4), 447-454.
- Charaf, K., ve Rahmouni, A. F. A. (2014). Using importance performance analysis to evaluate the satisfaction of Activity-Based Costing adopters. *Accounting ve Management Information Systems/Contabilitate Si Informatica De Gestiuine*, 13(4).
- Chin-Tsai, L., In-Fun, L., ve Ya-Ling, H. (2009). Forecasting Thailand's Medical Tourism Demand and Revenue from Foreign Patients. *Journal of grey system*, 21(4).
- Connell, J. (2006). Medical tourism: Sea, sun, sand and surgery. *Tourism management*, 27(6), 1093-1100.
- Connell, J. (2013). Contemporary medical tourism: Conceptualisation, culture and commodification. *Tourism management*, 34, 1-13.
- Demicco, F. J., ve Teng, M. (2017). Medical Tourism and Information Technology. In *Medical Tourism and Wellness* (pp. 299-337). *Apple Academic Press*.
- Fetscherin, M., ve Stephano, R. M. (2016). The medical tourism index: Scale development and validation. *Tourism Management*, 52, 539-556.
- Gan, L. L., ve Frederick, J. R. (2009). A Structure-Conduct-Performance Analysis of Medical Tourism in Singapore available at SSRN 1679504.
- Goh, E., Mat Roni, S., ve Bannigidadmath, D. (2022). Thomas Cook (ed): using Altman's z-score analysis to examine predictors of financial bankruptcy in tourism and hospitality businesses. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 34(3), 475-487.
- Greenlee, J. S., ve Tuckman, H. (2007). Financial health. Financing nonprofits: Putting theory into practice, 315-335.
- Gyu Ko, T. (2011). Medical tourism system model. *International Journal of Tourism Sciences*, 11(1), 17-51.

- Haung, C. Y., Wang, S. P., ve Chiang, C. W. (2010). Cost feasibility of a pre-checking medical tourism system for US patients undertaking joint replacement surgery in Taiwan. *Chang Gung Med J*, 33(6), 684.
- Horowitz, M. D. (2007). Medical tourism-health care in the global economy. *Physician executive*, 33(6), 24.
- Khan, M. H. (2018). Political settlements and the analysis of institutions, *African Affairs*, 117(469), 636-655.
- Lawson, R. A. (2005). The use of activity-based costing in the healthcare industry: 1994 vs. 2004. *Research in healthcare financial management*, 10(1), 77-94.
- Lee, C., ve Spisto, M. (2007, April). Medical tourism, the future of health services. In *Proceedings of the 12th International Conference on ISO* (Vol. 9000, pp. 1-7).
- Lunt, N., ve Carrera, P. (2010). Medical tourism: assessing the evidence on treatment abroad *Maturitas*, 66(1), 27-32.
- Manjunatha, T., ve Rajini, H. (2022). Analysis Of Cost Volume Profit Analysis in Private Hospitals In India: Evidence From City Central Hospital Pvt. Ltd. *Asian Journal of Advances in Research*, 35-38.
- Mashayekhi, B., ve Ara, M. (2017). Activity-based costing in the hospitality industry: a case study in a hotel. *International Journal of Social and Business Sciences*, 11(9), 2254-2258.
- Medhekar, A., Wong, H. Y., ve Hall, J. (2014). Innovation in medical tourism service marketing: A case of India. In *Innovations in services marketing and management: Strategies for emerging economies* (pp. 49-66). IGI Global.
- Milda Handayani, S. E., MM, M., Choirael Woestho, S. E., ve M Richo Rianto, M. R. R. (2020). Operational Cost Analysis in Fisheries Based Tourism Site Governance Implementation of Break Even Point Model. Operational Cost Analysis in Fisheries Based Tourism Site Governance Implementation of Break Even Point Model.
- Mudur, G. (2003). India plans to expand private sector in healthcare review. *BMJ: British Medical Journal*, 326(7388), 520.
- Mueller, H., ve Kaufmann, E. L. (2001). Wellness tourism: Market analysis of a special health tourism segment and implications for the hotel industry. *Journal of vacation marketing*, 7(1), 5-17.
- Nangia, V. K., Agrawal, R., ve Reddy, K. S. (2011). Business valuation: modeling forecasting hurdle rate.
- Rab-Przybyłowicz, J. (2016). Trends and socio-economic aspects of medical tourism development in Poland. *Studia Periegetica*, 16(2), 99-118.

- Reisman, D. A. (2010). Health tourism: Social welfare through international trade. *Edward Elgar Publishing*.
- Robinson, T. R. (2020). International financial statement analysis. John Wiley ve Sons.
- Smith, R., Álvarez, M. M., ve Chanda, R. (2011). Medical tourism: a review of the literature and analysis of a role for bi-lateral trade. *Health policy*, 103(2-3), 276-282.
- Stewart, L. J., ve Bestor, W. E. (2000). Applying a balanced scorecard to health care organizations. *Journal of Corporate Accounting ve Finance*, 11(3), 75-82.
- Suess, C., Baloglu, S., ve Busser, J. A. (2018). perceived impacts of medical tourism development on community wellbeing. *Tourism Management*, 69, 232-245.
- Turner, L. (2007). 'First world health care at third world prices': globalization, bioethics and medical tourism. *Bio Societies*, 2(3), 303-325.
- White, J. (2014). The challenge of budgeting for healthcare programs. *OECD journal on budgeting*, 14(1), 73-107.
- Zelman, W. N., Mc Cue, M. J., Millikan, A. R., ve Glick, N. D. (2009). Financial management of health care organizations: an introduction to fundamental tools, concepts, and applications. *John Wiley ve Sons*.

6. Bölüm

BRICS-T Ülkelerinde CO2 Emisyonlarını Şekillendiren Dinamikler: Ekonomik Büyüme, Yenilenebilir Enerji, Turizm ve Ticaretin Rolü

Ayşegül BAYKUL¹

¹ Doç.Dr.; Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İktisat Bölümü.
aysegulbaykul@sdu.edu.tr, ORCID No: 0000-0002-7581-9972

ÖZET

GİRİŞ

Son yıllarda küresel çevre sorunları, özellikle de iklim değişikliği ve sera gazı emisyonları, dünya genelinde giderek artan bir endişe kaynağı olmuştur. İnsan aktivitelerinin neden olduğu sera gazı emisyonları, küresel ısınma ve iklim değişikliği gibi önemli sonuçlara yol açmaktadır. Bu olumsuz etkilerin önüne geçmek ve sürdürülebilir bir dünya yaratmak için, uluslararası toplumun birlikte çalışması ve çözüm odaklı adımlar atması gerekmektedir.

BRICS-T olarak bilinen Brezilya, Rusya, Hindistan, Çin, Güney Afrika ve Türkiye gibi büyük gelişmekte olan ekonomiler, dünya genelindeki sera gazı emisyonlarının önemli bir bölümünü üretmektedir. Bu ülkeler, hızlı ekonomik büyüme, artan nüfus, sanayileşme ve kalkınma çabaları nedeniyle yoğun enerji tüketimi ve sera gazı salımları açısından kritik bir rol oynamaktadır (Adebayo, 2023). Ancak, bu ülkelerin aynı zamanda iklim değişikliği ile mücadelede ve sürdürülebilir bir gelecek için çözümler üretmede de önemli adımlar attığı görülmektedir (Usman ve Makhdum, 2021; Adebayo 2022)

Yapılan akademik çalışmalar, enerji ekonomisi ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkinin karmaşık ve çok boyutlu olduğunu göstermektedir. Birçok araştırma, enerji talebindeki artışın ekonomik büyümeyi destekleyen bir faktör olduğunu belirtirken, diğerleri enerji verimliliği ve yenilenebilir enerji kaynaklarının ekonomik büyümeye katkısını vurgulamaktadır. Ayrıca, fosil yakıtların yaydığı sera gazları ve çevresel etkileri, özellikle iklim değişikliği ve küresel ısınma gibi sorunlara dikkat çeken araştırmalar da mevcuttur. CO₂ emisyonu, sera gazı emisyonlarının en büyük payını oluşturduğundan, çoğu çalışma buna odaklanmaktadır.

Bu çalışmanın amacı, BRICS-T ülkelerinde CO₂ emisyonlarını etkileyen ekonomik büyüme, yenilenebilir enerji, gelen yabancı turist sayısı ve ticari açıklık arasındaki dinamikleri anlamayı hedeflemektedir. BRICS-T ülkeleri iklim değişikliği ile mücadelede önemli aktörlerdir ve küresel çabaların başarısı için katkıları kritik önem taşımaktadır. Ekonomik büyüme, yenilenebilir enerji, turizm ve ticaret gibi faktörlerin iklim politikaları üzerindeki etkileri ve etkileşimleri, bu ülkelerin sürdürülebilir kalkınma hedeflerine ulaşmasında belirleyici bir rol oynamaktadır. Bu bağlamda, bu makale, daha iyi bir gelecek için güçlü ve etkili politikaların tasarlanması ve uygulanması konusunda farkındalığı artırmayı ve ilgili paydaşlara yol göstermeyi amaçlamaktadır.

Mevcut literatür, bilim adamlarının ve politika yapımcıların, farklı ülkeler için sürdürülebilir ekonomik kalkınma ile ilgili çevresel bozulma sorunlarını keşfetme ana hedefiyle farklı bir dizi değişken kullanarak çevresel Kuznets eğrisi (EKC) hipotezinin geçerliliğini araştırma konusunda yoğunlaşmaktadır. CO₂-GSYH bağlantısını ele alan ilk hipotez, Griffin ve Schiffel (1972)

tarafından geliştirilen ve daha sonra Grossman ve Krueger (1991) tarafından güncellenen Çevresel Kuznets Eğrisi Teorisidir (EKC). Bu teori, gelir ve çevre arasında ters U şeklinde bir ilişki olduğunu varsaymaktadır. Ekonomik büyümenin bir dönüm noktasına ulaşana kadar CO₂ emisyon seviyesinin artmaya devam edeceğini, ardından CO₂ emisyon seviyesinin düşeceğini vurgulamaktadır. Kısaca, ekonomik büyümeyi teşvik etmenin uzun vadede temiz bir çevreye sahip olmakla çelişmediğini göstermektedir. Ancak ampirik literatürde ilişki hakkında çelişki bulunmaktadır.

Azomahou vd. (2006), 100 ülke için 1960-1996 dönemine ait veriler ile GSYH ve CO₂ emisyonları arasındaki bağlantıyı parametrik olmayan yöntemler kullanarak araştırmıştır. Araştırma sonucunda, çalışmanın dönemine göre CO₂ emisyonları ve kişi başına gayri safi yurtiçi hasıla (GSYH) arasında sabit bir ilişki olduğunu göstermektedir. Bu, GSYH artışının otomatik olarak CO₂ emisyonlarını artırdığını ve dolayısıyla ekonomik büyümenin çevresel etkileri olduğunu göstermektedir.

Dong vd. (2018), Çin'de 1993-2016 dönemi için kişi başına düşen karbondioksit (CO₂) emisyonları, kişi başına düşen gayri safi yurtiçi hasıla (GSYH), kişi başına düşen fosil yakıt tüketimi, kişi başına düşen nükleer enerji tüketimi ve kişi başına düşen yenilenebilir enerji tüketimi arasındaki dinamik nedensellik bağlantılarını araştırmaktadır. Araştırma sonucunda hem uzun vadede hem de kısa vadede, ekonomik büyüme ile CO₂ emisyonlarının arttığını bulmuştur.

Anser vd. (2021), 1985-2015 dönemi BRICS ülkeleri örneğinde jeopolitik riskin (GPR) CO₂ emisyonları üzerindeki etkisini, nüfus, GSYH, yenilenebilir olmayan enerji ve yenilenebilir enerji tüketiminin etkilerini kontrol ederek araştırmıştır. Araştırma sonucunda GSYH, nüfus ve yenilenebilir olmayan enerji tüketiminin CO₂ emisyonlarını artırdığını bulmuştur.

Danish (2019), 1996-2017 yılları arasında BRICS ülkeleri panel verisi ile Çevresel Kuznets Eğrisi hipotezi çerçevesinde CO₂ emisyonlarında yönetim davranışını incelemektedir. Analiz sonucunda çevresel Kuznets hipotezi doğrulanmış, ekonomik büyüme ile CO₂ emisyonları arasında çift yönlü nedensellik bulunmuştur.

Leitão, ve Lorente. (2020), Avrupa Birliği (EU-28) üye ülkelerinde 1995-2014 döneminde ekonomik büyüme, yenilenebilir enerji, turizm, ticaret açıklığı ve karbon dioksit emisyonları arasındaki ilişkiyi değerlendirmektedir. Analiz sonucunda, ticaret açıklığının ve yenilenebilir enerjinin iklim değişikliğini ve çevresel bozulmayı azalttığını göstermiştir. Ayrıca, ekonomik büyümenin CO₂ emisyonları üzerinde pozitif etkisi turizmin ise CO₂ emisyonlarıyla negatif bir ilişkiye sahip olduğu bulunmuştur.

Wang vd. (2021), karbon dioksit (CO₂) emisyonları, reel gayri safi yurtiçi hasıla (GSYH), yenilenebilir ve yenilenemez enerji üretimi, kentleşme ve ihracat kalitesi arasındaki dinamik etkileşimi araştırmışlardır. Çalışma, hem en iyi on yenilenebilir enerji ülkesi hem de en iyi on ekonomik karmaşıklık endeksi (EKI) ülkesi için geçerli olacak şekilde yapılmıştır. Panel eş bütünleşme, uzun dönemli FMOLS, DOLS ve Granger nedensellik gibi yöntemler, 1980-2014 dönemini kapsayacak şekilde kullanılmıştır. Araştırma sonucunda, GSYH ve CO₂ emisyonları arasında pozitif bir ilişki olduğunu bulmuştur. Ayrıca, Granger nedensellik testleri, kısa dönemde GSYH ve CO₂ emisyonları arasında çift yönlü nedensellik bulunmuştur.

Sikder vd. (2022), 1995-2018 döneminde 23 gelişmekte olan ülke için enerji kullanımı, sanayileşme, gayri safi yurtiçi hasıla (GSYH) büyümesi ve kentleşmenin CO₂ emisyonları üzerindeki birleşik etkilerini analiz etmektedir. Analizde uzun vadeli sonuçlar, enerji kullanımındaki %1'lik artışın, ekonomik büyümenin, sanayileşmenin ve kentleşmenin CO₂ emisyonlarını sırasıyla %0,23, %0,17, %0,54 ve %2,32 artırdığını ortaya koymaktadır.

Turizm sektörünün bir ülkenin kalkınması üzerindeki etkisi, turizm literatüründe geniş ölçüde yer alan ve turizme dayalı büyüme hipotezi olarak bilinen bir gerçektir. Çok sayıda çalışma, turizm endüstrisi ile GSYH büyümesi arasındaki ilişkiye değinmiştir (Payne ve Mervar, 2010; Fayissa vd., 2008; Xia vd., 2021). Aynı şekilde turizm hareketliliği ile CO₂ emisyonları arasındaki ilişkide de bir görüş birliği yoktur.

Ben Jebli vd. (2019), 1995–2010 dönemleri arasında 22 Orta ve Güney Amerika ülkesinde turizm, yenilenebilir enerji, ticaret, GSYH ve doğrudan yabancı yatırım ile CO₂ emisyonlarının arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Sonuçlar, turizm, yenilenebilir enerji ve doğrudan yabancı yatırımın CO₂ emisyonlarını azaltmak için destekleyici olduğunu vurgulamışlardır.

Aziz vd. (2020), BRICS ülkelerinde 1995-2018 döneminde turizm, yenilenebilir enerji ve ekonomik büyüme ile CO₂ emisyonu arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Araştırma sonucunda ekonomik büyüme ile CO₂ arasında pozitif ilişki bulunmuş ve EKC hipotezi doğrulanmıştır. Turizm ve yenilenebilir enerjinin, çevre kalitesini iyileştirmede önemli faktörler olduğunu vurgulamışlardır.

Ullah vd. (2022), turizmin Brezilya'daki GSYH ve CO₂ emisyonları üzerindeki etkisini araştırmaktadır. 1995-2018 dönemi için turizm, ekonomik büyüme ve CO₂ emisyonları arasındaki ilişkiyi incelemek için doğrusal olmayan ARDL (otoregresif dağıtılmış gecikmeli) yöntemi kullanılmıştır. Araştırma sonucunda Brezilya'da turizm, kişi başına düşen GSYH ve CO₂ emisyonları arasında hem kısa vadeli hem de uzun vadeli ilişkilerin olduğunu

bulmuşlardır. Bununla birlikte hem turizm hem de ekonomik büyüme, Brezilya'da çevre kalitesinin önemli ölçüde kötüleşmesine neden olduğu belirtmişlerdir.

Eyüboğlu ve Uzar (2020), Türkiye'de 1960–2014 dönemi için CO₂ emisyonları, turist gelişleri, enerji tüketimi ve ekonomik büyüme arasındaki bağlantıları analiz etmektedir. Araştırma sonucunda, turizmin, büyümenin ve enerji tüketiminin hem uzun hem de kısa vadede CO₂ emisyonlarını arttırdığını bulmuşlardır. Nedensellik sonuçları, turizm, ekonomik büyüme ve enerji tüketiminin CO₂ emisyonlarının nedenleri olduğunu ve CO₂ emisyonları, ekonomik büyüme ve enerji tüketimi uzun vadede turizmin nedeni olduğunu vurgulamışlardır.

BRICS-T ülkelerinde dışa açık politikaların benimsenmesi, ticaretin genişletilmesi ve ticarete açıklık, hızlı ekonomik büyümenin nedenlerinden biridir. Romer (1986), Lucas (1988) ve Balassa (1982) gibi öncü yazarların çalışmaları, ticaret açıklığının ekonomik büyüme üzerinde olumlu bir etkisi olduğunu göstermiştir (Banday vd., 2021). Ticaret açıklığı ve CO₂ emisyonları arasındaki, literatürde farklı çalışmalardan farklı sonuçlar elde edilmesi nedeniyle tartışmalı bir konudur. Çünkü bulgular ülkeler arasında, kullanılan veri, metodoloji ve dönemler açısından farklılık göstermektedir.

Ertuğrul vd. (2016), EKC hipotezi çerçevesindeki emisyon oranı yüksek ilk 10 ülke için ticari açıklık ve çevresel sürdürülebilirlik arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Araştırma sonucunda, enerji tüketiminin, ticarete açıklığın ve ekonomik büyümenin CO₂ emisyonlarına neden olduğunu vurgulamışlardır.

Sun vd. (2019), 1991-2014 yılları arasında Kuşak ve Yol bölgelerindeki ticaret açıklığı ile karbon emisyonları arasındaki ilişkiyi incelemektedir. Çalışmada, 49 yüksek emisyonlu ülke, gelir panellerine ve bölgelere göre gruplandırılmıştır. Panel sonuçları, ticari açıklığın çevresel kirlilik üzerinde hem olumlu hem de olumsuz etkilerinin olduğunu göstermektedir, ancak etki bu farklı ülke gruplarında farklılık göstermektedir. Araştırma sonucunda ticaret açıklığı ve enerji tüketimi, orta ve düşük gelirli panellerde kısa vadede CO₂ emisyonlarına neden olmuştur.

Li, ve Haneklaus (2022), 1979-2019 dönemi için G7 ekonomilerinde temiz enerji tüketimi, GSYH, ticari açıklık, kentleşme ve CO₂ emisyonları arasındaki ilişkiyi değerlendirmişlerdir. Ampirik bulgular, uzun vadede Çevresel Kuznets Eğrisinin (EKC) varlığını doğrulamaktadır. Ayrıca ticari açıklığın CO₂ emisyonlarını artırdığı vurgulanmıştır.

Haseeb vd. (2023), BRICS ülkelerinde insan sermayesi, ticaret açıklığı ve çevresel kalite arasındaki ilişkiyi 1998-2018 verileri ile incelemişlerdir.

Araştırma sonucunda, ticari açıklık ile CO₂ emisyonları arasında pozitif bir ilişki olduğunu bulmuşlardır.

Çalışma kapsamında ele alınan son değişken yenilenebilir enerji kullanımıdır. Yenilenebilir enerji kaynakları, fosil yakıtların aksine sınırsız bir şekilde yenilenebilir ve çevre dostudur. Bu nedenle, yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımı son yıllarda giderek artmaktadır. Yenilenebilir enerji kaynakları arasında güneş, rüzgâr, hidroelektrik, biyokütle ve jeotermal enerji gibi çeşitli kaynaklar yer almaktadır. Yenilenebilir enerji kullanımının artması, enerji arzının güvenliğini artırırken, sera gazı emisyonlarını azaltarak iklim değişikliğiyle mücadeleye de katkı sağlamaktadır. Bununla birlikte, yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımı da bazı zorluklarla karşı karşıyadır. Örneğin, yenilenebilir enerji kaynaklarının maliyeti, enerji depolama sorunları ve enerji arzının istikrarlı olmaması gibi faktörler, yenilenebilir enerji kullanımının yaygınlaşmasını engelleyebilir.

Apergis vd. (2010), 1984-2004 dönemi kapsayan verilerle gelişmekte olan ve gelişmiş 19 ülkeyi ele almışlar ve yenilenebilir enerji kullanımı ile karbon emisyonları arasında pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğunu ortaya koymuşlardır.

Zoundi (2017), yenilenebilir enerjinin CO₂ emisyonları üzerindeki kısa ve uzun vadeli etkilerini ve ayrıca 1980-2012 dönemi boyunca seçilen 25 Afrika ülkesi için Kuznets Çevresel Eğrisi hipotezini araştırmıştır. Genel tahminler, yenilenebilir enerjinin, CO₂ emisyonları üzerindeki negatif etkisi ve artan uzun vadeli etkisi ile geleneksel fosil yakıtlı enerjinin etkin bir ikamesi olmaya devam ettiğini güçlü bir şekilde ortaya koyduğu sonucuna ulaşmıştır.

Usman vd. (2021), BRICS-T bölgesindeki ekolojik ayak izini azaltan faktörlerin dinamik ilişkisi incelenmektedir. Çalışmada, yenilenebilir ve yenilenemez enerji kullanımı, tarım katma değeri, orman alanı ve finansal gelişme gibi faktörlerin BRICS-T ülkelerindeki etkisi 1990-2018 yılları arasında panel veri analizi yöntemiyle araştırılmıştır. Bulgular, yenilenebilir enerji kullanımının ekolojik ayak izini azaltmada önemli bir rol oynadığını göstermektedir.

Hashmi vd. (2023), BRICS-T ülkelerinin 2000-2020 dönemini kapsayan verileri ile finansal küreselleşme ve iyi yönetişimin karbon-nötr hale gelmesine yardımcı olup olamayacağını ampirik olarak değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Bulgularında, gelişmekte olan ülkeler için Çevresel Kuznets Eğrisi (EKC) hipotezinin varlığını da doğrulamaktadır. Son olarak hem kısa hem de uzun vadede, yenilenemeyenden yenilenebilir enerjiye geçişin daha düşük karbondioksit salınımına katkıda bulunduğunu vurgulamışlardır.

VERİ VE METODOLOJİ

Bu çalışmada, BRICS-T ülkeleri için ekonomik büyümenin, yenilenebilir enerjinin, gelen yabancı turist sayısının ve uluslararası ticaretin karbondioksit emisyonları (CO₂) üzerindeki etkileri araştırılmıştır. Kullanılan veriler 1998-2019 dönemini kapsayan yıllık verilerdir. Veriler Dünya Bankası veri tabanından elde edilmiştir.

Çalışmada CO₂ emisyonları bağımlı değişken olarak, GDP, IT, RE, TO bağımsız değişken olarak ele alınmıştır. Kullanılan modelde değişkenlerin logaritmaları alınmıştır. Tablo 1.de değişkenlere ait açıklamalar yer almaktadır.

Tablo 1. Modelde Kullanılan Değişkenler

Değişkenler	Açıklama	Birim
CO ₂	CO ₂ emisyonu	kt
GDP	GSYH (reel gelir)	Sabit 2015 USD
IT	Toplam gelen turist	Sayı
TO	Dış ticaret açıklığı	% GSYH
RE	Yenilenebilir enerji	%Toplam nihai enerji tüketimi

Kaynak: WDI, 2023

Model denkleminin genelleştirilmiş formu, aşağıdaki şekilde gösterildiği gibi değişkenler arasındaki ilişkiyi incelemek için ayarlanmıştır:

$$LCO_{2it} = \beta_{0it} + \beta_1 LGDP_{it} + \beta_2 LIT_{it} + \beta_3 LTO_{it} + \beta_4 LRE_{it} + \varepsilon_{it}$$

Kurulan modelde sırasıyla β_0 , ε_{it} sabit ve hata terimini ifade etmektedir. Brezilya, Rusya, Hindistan, Çin, Güney Afrika ve Türkiye dahil olmak üzere seçilmiş 6 ülkeye ait veriler kullanılmıştır. i-endeksi modeldeki ülkeleri temsil ederken, t indeksi zamanı temsil etmektedir. Analiz sonuçlarına göre kullanılacak testlere karar vermek için homojenlik ve yatay kesit bağımlılık testleri yapılmıştır.

AMPİRİK SONUÇLAR

Panel veri analizinde sahte regresyon probleminden kaçınmak için serilerin durağanlığının belirlenmesi gerekmektedir. Serilerin durağanlığı için hangi birim kök testinin kullanılacağına karar vermek için homojenlik ve yatay kesit bağımlılığı testleri yapılmıştır. Analizde birim kök ve eş bütünleşme testlerinden önce değişkenlerin homojen olup olmadığının tespiti önemlidir. Test sonucunda panelin homojen veya heterojen olma durumuna göre katsayılar yorumlanacaktır. Eğer test sonucunda katsayılar arasında anlamlı bir fark olduğu bulunursa, panel veri ile yapılan eş bütünleşme analizinde gözlem birimleri arasındaki farklı ilişkileri ele almak için gerekli düzeltilmiş modelleri

kullanmak gerekebilir. Homojenlik testi uygulanırken Hsiao (1986) panel homojenlik testi kullanılmıştır. Hsiao testinin üç farklı hipotezi vardır ve hipotezler aşağıdaki gibidir.

$$H_1(0) = \text{Homojendir } H_A = H_2$$

$$H_2(0) = \text{Homojendir } H_A = \text{Heterojen}$$

$$H_3(0) = \text{Homojendir } H_A = \text{Kısmi Homojendir.}$$

Tablo 2. Hsiao Homojenlik Testi Sonuçları

Hipotez	F-ist	P değeri
H ₁	1549.867	0.0000
H ₂	35.202	0.0000
H ₃	1151.602	0.0000

Analizde hipotezlerinin tamamının F istatistiği olasılık değerleri, $p < 0.05$ anlamlılık düzeyinden daha küçük olduğu için alternatif hipotez kabul edilmiştir. Bu doğrultuda birim kök testlerinde değişkenlerin heterojenliğini ve yatay kesit bağımlılığını dikkate alan bir birim kök testlerinin kullanılması gerekmektedir. Serilerin durağanlığı analiz edilmeden önce serilerin yatay kesit bağımlılığı incelenmiştir. Yatay kesit bağımlılığı için Breusch ve Pagan (1980) LM testi, Pesaran, Ullah ve Yamagata (2008) LM_{adj}; ve Pesaran (2004) LM CD testi kullanılmıştır. Bulgular Tablo 3.'de görülebilir. Modelin hipotezleri aşağıdaki gibidir.

$$H_0: \text{Kov}(u_{it}, u_{jt}) = 0$$

$$H_1 = \text{Kov}(u_{it}, u_{jt}) \neq 0$$

Tablo 3. Yatay Kesit Bağımlılığı Test Sonuçları

Değişkenler	Breusch-Pagan LM	Pesaran scaled LM	Pesaran CD
LCO ₂	228.2688*	38.93738*	14.81884*
LGDP	308.5267*	53.59040*	17.55995*
LIT	207.1993*	35.09063*	14.20506*
LTO	88.17137*	13.35920*	2.654343*
LRE	148.4215*	24.35933*	7.733835*

%1 düzeyinde anlamlıdır.

Tablo.3' de görüldüğü üzere, modele ait test istatistiklerinin $p < 0.05$ anlamlılık düzeyinden küçük olduğu için yatay kesit bağımsızlığını içeren sıfır hipotezleri reddedilmiştir. Bu değişkenlere ait birimlerin hata terimleri arasında yatay kesit bağımlılığı bulunmaktadır. Çalışmamızda serilerin durağanlığını test etmek için yatay kesit bağımlılığını dikkate alan ikinci nesil panel birim kök

testlerinden CADF (Crosssectional Augmented Dickey Fuller) testi ele alınmıştır. Pesaran (2007) CADF testinde panel içerisinde yer alan birimlerin tamamı CADF test istatistiği ile hesaplanmaktadır. Hesaplanan CADF testlerinin aritmetik ortalamasıyla panel için CIPS (Cross Sectionally Augmented IPS) test istatistiği hesaplanmaktadır (Pesaran, 2007).

Tablo 4. CIPS Panel Birim Kök Testi Sonuçları

Değişkenler	I(0) Sabit ve trendli		I(1) Sabit ve trendli	
	t-ist	p-değeri	t-ist	p-değeri
LCO₂	-2.07930	>0.10	-3.29757	<0.01
LGDP	-2.00046	>0.10	-4.56212	<0.01
LIT	-2.38347	>0.10	-3.75521	<0.01
LTO	-2.13998	>0.10	-3.49530	<0.01
LRE	-2.45605	>0.10	-3.25243	<0.01

Yapılan birim kök testi sonuçları, CO₂ emisyonu, reel gelirin, toplam gelen turist sayısı, yenilenebilir enerji tüketiminin, finansal ve ticari açıklığın seviyede durağan olmadığını, ancak birinci farklarında durağan olduğunu göstermektedir. Değişkenlerin istatistiksel ve ekonomik olarak anlamlı uzun vadeli tahminlerini değerlendirmek için panel verilerinin aynı seviyelerinde durağan veya eş bütünleşik olması gerekir. CO₂, GDP, IT, TO ve RE birinci farkında durağan I (1) olduğu için, bu çalışma, analiz edilen panel verilerinin uzun vadeli bir ilişkiye sahip olup olmadığını belirlemek için ikinci nesil bir panel eş bütünleşme testi uygulanmıştır. Westerlund (2007) panel eş bütünleşme testi, panel verilerindeki eş bütünleşme ilişkisini belirlemek için durağanlık ve yatay kesit bağımlılığı (cross-sectional dependence) gibi önemli özellikleri dikkate alır. Bu testte dört istatistik değeri elde edilmektedir. P_t, P_a (panel istatistikleri) ve G_t ve G_a (grup istatistikleri) dir. Panel heterojen ise grup ortalama istatistiklerine, panel homojen ise panel istatistiklerine bakılmalıdır (Yerdelen Tatoğlu, 2017).

Tablo 5. Westerlund ECM Panel Eşbütünleşme Testi Sonuçları

İst	Değer	z-değeri	p-değeri	Robust p-değeri
G_t	-3.137*	-2.662	0.004	0.000
G_a	-15.674***	-1.338	0.092	0.072
P_t	-4.073***	-1.489	0.061	0.045
P_a	-12.252***	-1.923	0.077	0.052

H_0 : Değişkenler arasında eş bütünleşme olmadığını ifade etmektedir. Test, modeldeki sabit kullanılarak tahmin edilmiştir. Test için 100 replikasyon uygulanmıştır. *, *** sırasıyla %1 ve %10 ifade etmektedir.

Westerlund (2007) eş bütünleşme testi sonucu değişkenler arasında uzun dönemli bir ilişki bulunduğunu göstermektedir. Çalışmada bundan sonra değişkenler arasındaki uzun dönem katsayıların tespiti için eş bütünleşme katsayıları, Eberhardt ve Bond (2009) tarafından geliştirilen AMG (Augmented Mean Group Estimator) yöntemi kullanılarak tahmin edilmiştir. Eşbütünleşme katsayıları tahmin sonuçları Tablo 6.'da verilmiştir.

Tablo 6. Eşbütünleşme Uzun Dönem Katsayıları (AMG)

Değişkenler	Katsayı	p-değeri
LGDP	0.717	0.000*
LIT	-0.065	0.094***
LTO	0.097	0.000*
LRE	-0.506	0.001*

Sırasıyla %1 ve %10 ifade etmektedir.

Analiz sonucuna göre GSYH, TO değişkenleri katsayısı pozitif ve istatistiksel olarak anlamlıdır. Bu durum GSYH'nın ve TO'nun CO₂ emisyonlarını artırdığı şeklinde yorumlanabilir. GSYH ve TO'daki %1'lik bir artış sırasıyla CO₂ emisyon seviyesini %0,71 ve %0,09 oranında arttırmaktadır. Bu bulgu, Anser vd. (2021), Azomahou vd. (2006), Danish (2019), Ertuğrul vd. (2016) ve Haseeb vd. (2023) sonuçları ile uyumludur. Modelde, IT ve RE değişkenleri sırasıyla %10 ve %1 düzeyinde istatistiksel olarak anlamlıdır. IT ve RE'deki %1'lik bir artış sırasıyla CO₂ emisyon seviyesini %0,06 ve %0,5 oranında azaltmaktadır. Bulunan sonuçlar Jebli vd. (2019), Aziz vd. (2020) ve Leitão, ve Lorente. (2020) sonuçları ile uyumludur.

Nedensellik ilişkileri için Toda Yamamoto (1995) panel nedensellik testi kullanılmıştır. Toda-Yamamoto (1995) tarafından geliştirilen nedensellik testinde seriler arasında eş bütünleşme ilişkisi olma şartı ve serilerin seviyede durağan olma şartı aranmamaktadır (Çalışkan vd., 2017; Yenilmez ve Erdem, 2018).

Tablo 7. Toda-Yamamoto (1995) Panel Nedensellik Testi

Hipotez	*k+d _{max}	p-değeri	Nedensellik
LCO ₂ ≠> LGDP	1+1	0.126	Red
LCO ₂ ≠> LIT	1+1	0.612	Red
LCO ₂ ≠> LTO	1+1	0.295	Red
LCO ₂ ≠> LRE	1+1	0.752	Red
LGDP ≠> LCO ₂	1+1	0.001	Kabul
LIT ≠> LCO ₂	1+1	0.051	Kabul
LTO ≠> LCO ₂	1+1	0.028	Kabul
LRE ≠> LCO ₂	1+1	0.036	Kabul

Bu çalışmada seriler arasında nedensellik analizi yapmak için $(k + d_{\max})$ gecikme uzunluğuna dayalı WALD testi kullanılmıştır. VAR analizi ile belirlenen ideal gecikme uzunluğu k , serinin en yüksek entegrasyon derecesi ise $d_{\max}$ ' dir.

Nedensellik Testi sonuçları Tablo 6.'da raporlanmıştır. Olasılık değeri $p < 0.05$ olduğu durumda değişkenler arasında nedenselliğin olmadığı hipotezi reddedilmiştir.

SONUÇ

Uluslararası Para Fonu (IMF) ve Goldman Sachs, 2018'de, Brezilya, Rusya, Hindistan, Çin, Güney Afrika ve Türkiye'yi (BRICS-T) dünya çapında hızla gelişen ülkelerden bazıları olarak tanımaktadır. 2021'de, bu ülkeler toplu olarak tüm dünyanın gerçek gayri safi yurtiçi hasılasının (GSYH) dörtte birinden fazlasını (%26,93) oluşturmaktadır (Dünya Bankası, 2022). Ayrıca, 2015 ile 2021 arasında, BRICS-T'nin yıllık kişi başına reel GSYH büyüme oranı (%2.05), dünya ekonomilerinin toplamına karşılık gelen ortalama yıllık kişi başına reel GSYH büyüme oranını (%1,42) aşmaktadır (Dünya Bankası 2022). Birçok politika yapıcı ve çevre akademisyeni, bu ekonomik ilerlemenin bu ulusların çevresel kalitesi üzerindeki olumsuz etkisinin altını çizmiştir. Ekonomik gelişme, büyük miktarda atık oluşumunu beraberinde getirmiştir. Bu bağlamda, BRICS-T ülkeleri, başta Çin, Hindistan, Türkiye ve Rusya olmak üzere, dünyayı en çok kirleten ilk on ekonomi arasında yer almaktadır (Samour vd.2023).

Bu çalışma kapsamında, BRICS-T ülkeleri için ekonomik büyümenin, yenilenebilir enerjinin, gelen yabancı turist sayısının ve uluslararası ticaretin karbondioksit emisyonları (CO₂) üzerindeki etkileri araştırılmıştır. Kullanılan ekonometrik testler, ekonomiler genelinde yatay kesit bağımlılığını ile eğitim

heterojenliği arasındaki korelasyonu doğrulamaktadır. Aslında küreselleşen dünyada ülkelerin birbirlerinin olası hareketlerinden etkilenmesi beklenen bir sonuçtur. Ülkeler belirli anlaşmalarla (ticaret veya çevre) bağlı olduklarından ve özellikle aynı gruptaki ekonomilerde birinin verdiği karar diğerlerini etkileyebilir. Bu nedenle, analizde ikinci nesil panel birim kök ve eş bütünleşme yaklaşımları kullanılmıştır. CIPS birim kök testi sonuçları, değişkenlerin birinci dereceden durağan olduğunu göstermektedir, bu da Westerlund eş bütünleşme yaklaşımının bu çalışmada uygulanmasına izin vermektedir. Yapılan analiz neticesinde değişkenler arasında uzun dönemli eş bütünleşme ilişkisi doğrulanmıştır. Toda-Yamamoto nedensellik analizi sonuçlarına göre; GSYH, yenilenebilir enerji (RE), gelen yabancı turist sayısı (IT) ve ticaret açıklığından CO₂ emisyonuna doğru tek yönlü tek yönlü bir nedensellik tespit edilmiştir. CO₂ emisyonundan diğer değişkenlere doğru ise herhangi bir nedensellik ilişkisi bulunamamıştır.

Elde edilen bulgular, GSYH ve ticaret açıklığı değişkenlerinin CO₂ emisyonlarını artırdığı, yenilenebilir enerji ve gelen yabancı turist sayısının ise CO₂ emisyonlarını azalttığı görülmektedir.

Bu bulgular, BRICS-T ülkelerinin iklim politikalarının geliştirilmesi ve uygulanması süreçlerinde dikkate alınması gereken önemli noktaları ortaya koymaktadır. Politika yapıcılar, ekonomik büyüme ve ticaret açıklığının artmasının CO₂ emisyonları üzerindeki olumsuz etkilerine karşı önlem almak için çeşitli politika tedbirleri düşünmelidir. Bu bağlamda, fosil yakıtların kullanımını azaltarak ve enerji verimliliğini artırarak çevre dostu teknolojilere ve yenilenebilir enerji kaynaklarına yatırım yapılması önem taşımaktadır.

Aynı şekilde, turizm ve yenilenebilir enerji alanlarındaki başarılar göz önüne alınarak bu alanlara daha fazla yatırım yapılması ve teşvik edilmesi gerekmektedir. Turizm sektöründe sürdürülebilir turizm politikaları benimsemek, çevreye zarar vermeden turizmin ekonomik ve sosyal faydalarından yararlanmayı sağlayabilir. Aynı zamanda, yenilenebilir enerji kaynaklarına yapılan yatırımlar, fosil yakıtlara olan bağımlılığı azaltarak CO₂ emisyonlarını düşürmeye katkı sağlayacaktır.

Bu politika tavsiyeleri, BRICS-T ülkelerinin iklim değişikliği ile mücadelede ve sürdürülebilir kalkınma hedeflerine ulaşma çabalarında önemli bir adım olabilir. Politika yapıcılar, bu sonuçları ve tavsiyeleri dikkate alarak, çevreye duyarlı ve uzun vadeli çözümler üretmek için daha etkili politikalar geliştirebilir ve uygulayabilirler. Bu süreçte, uluslararası iş birliği ve bilgi paylaşımı da önemli bir rol oynamaktadır.

REFERANSLAR

1. Adebayo, T. S. (2022). Trade-off between environmental sustainability and economic growth through coal consumption and natural resources exploitation in China: New policy insights from wavelet local multiple correlation. *Geological Journal.*, 5(2), 47–59
2. Adebayo, T. S. (2023). Exploring the heterogeneous impact of technological innovation on income inequality: Formulating the SDG policies for the BRICS-T economies. *Energy ve Environment*, 0958305X221145926
3. Anser, M. K., Syed, Q. R., ve Apergis, N. (2021). Does geopolitical risk escalate CO₂ emissions? Evidence from the BRICS countries. *Environmental Science and Pollution Research*, 28(35), 48011-48021
4. Apergis, N., Payne, J. E., Menyah, K., ve Wolde-Rufael, Y. (2010). On the causal dynamics between emissions, nuclear energy, renewable energy, and economic growth. *Ecological Economics*, 69(11), 2255-2260.
5. Aziz, N., Mihardjo, L. W., Sharif, A., ve Jermisittiparsert, K. (2020). The role of tourism and renewable energy in testing the environmental Kuznets curve in the BRICS countries: fresh evidence from methods of moments quantile regression. *Environmental Science and Pollution Research*, 27, 39427-39441.
6. Azomahou, T., Laisney, F., ve Van, P. N. (2006). Economic development and CO₂ emissions: A nonparametric panel approach. *Journal of Public Economics*, 90(6-7), 1347-1363
7. Balassa, B.A. (1982). Development strategies in semi-industrial economies. Baltimore, MA: Published for the World Bank by the Johns Hopkins University Press.
8. Baloch, M. A., ve Wang, B. (2019). Analyzing the role of governance in CO₂ emissions mitigation: the BRICS experience. *Structural Change and Economic Dynamics*, 51, 119-125
9. Banday, U. J., Murugan, S., ve Maryam, J. (2021). Foreign direct investment, trade openness and economic growth in BRICS countries: evidence from panel data. *Transnational Corporations Review*, 13(2), 211-221.
10. Ben Jebli, M., Ben Youssef, S., ve Apergis, N. (2019). The dynamic linkage between renewable energy, tourism, CO₂ emissions, economic growth, foreign direct investment, and trade. *Latin American Economic Review*, 28(1), 1-19.

11. Breusch, T.S., ve Pagan, A.R. (1980). The Lagrange multiplier test and its applications to model specification in econometrics. *The Review of Economic Studies*, 239-253.
12. Çalışkan, Ş., Karabacak, M. ve Meçik, O. (2017). Türkiye Ekonomisinde Eğitim Harcamaları ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Bootstrap Toda-Yamamoto Nedensellik Testi Yaklaşımı. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, KOSBED* 33 (1), 45-56.
13. Dong, K., Sun, R., Jiang, H., ve Zeng, X. (2018). CO2 emissions, economic growth, and the environmental Kuznets curve in China: what roles can nuclear energy and renewable energy play? *Journal of cleaner production*, 196, 51-63
14. Dumitrescu, E. I., ve Hurlin, C. (2012). Testing for Granger non-causality in heterogeneous panels. *Economic modelling*, 29(4), 1450-1460.
15. Eberhardt, M. and Bond, S. (2009). "Cross-Section Dependence in Nonstationary Panel Models: A Novel Estimator.", Sweden, 29-31 October
16. Ertugrul, H. M., Cetin, M., Seker, F., ve Dogan, E. (2016). The impact of trade openness on global carbon dioxide emissions: Evidence from the top ten emitters among developing countries. *Ecological Indicators*, 67, 543-555.
17. Eyuboglu, K., ve Uzar, U. (2020). The impact of tourism on CO2 emission in Turkey. *Current Issues in Tourism*, 23(13), 1631-1645.
18. Fayissa B, Nsiah C, Tadasse B (2008) Impact of tourism on economic growth and development in Africa. *Tour Econ* 14(4):807-818.
19. Griffin, J. M., ve Schiffel, D. D. (1972). Compatibles: Economic growth and environmental quality. *Battelle Res Outlook*.
20. Grossman, G. M., ve Krueger, A. B. (1991). Environmental impacts of a North American free trade agreement.
21. Haseeb, A., Xia, E., Saud, S., Usman, M., ve Quddoos, M. U. (2023). Unveiling the liaison between human capital, trade openness, and environmental sustainability for BRICS economies: Robust panel-data estimation. In *Natural Resources Forum* (Vol. 47, No. 2, pp. 229-256). Oxford, UK: Blackwell Publishing Ltd.
22. Hashmi, N. I., Alam, N., Jahanger, A., Yasin, I., Murshed, M., ve Khudoykulov, K. (2023). Can financial globalization and good governance help turning emerging economies carbon neutral? Evidence from members of the BRICS-T. *Environmental Science and Pollution Research*, 30(14), 39826-39841
23. Hsiao, C. (1986). *Analysis of Panel Data*. Cambridge Press.

24. Leirão, N. C., ve Lorente, D. B. (2020). The linkage between economic growth, renewable energy, tourism, CO2 emissions, and international trade: The evidence for the European Union. *Energies*, 13(18), 4838
25. Li, B., ve Haneklaus, N. (2022). Reducing CO2 emissions in G7 countries: The role of clean energy consumption, trade openness and urbanization. *Energy Reports*, 8, 704-713
26. Lucas, R., E. (1988). On the mechanics of economic development. *Journal of Monetary Economics*, 22, 3-42.
27. Payne JE, Mervar A (2010) Research note: the tourism-growth nexus in Croatia. *Tour Econ* 6(4):1089-1094. <https://doi.org/10.5367/te.2010.0014>
28. Pesaran, Hashem M. (2007). A simple panel unit root test in the presence of cross-section dependence, *Journal of Applied Econometrics*, 22(2), 265-312.
29. Pesaran, M. H. (2004). General Diagnostic Tests for Cross Section Dependence in Panels. Working Paper, No:1233. Center for Economic Studies ve Ifo Institute for Economic Research/ CESifo
30. Pesaran, Ullah ve Yamagata (2008). "A bias-adjusted LM test of error cross-section independence." *Econometrics Journal*, volume 11, pp. 105-127.
31. Romer, P. (1986). Increasing returns and long-run growth. *Journal of Political Economy*, 94.
32. Samour, A., Adebayo, T. S., Agyekum, E. B., Khan, B., ve Kamel, S. (2023). Insights from BRICS-T economies on the impact of human capital and renewable electricity consumption on environmental quality. *Scientific Reports*, 13(1), 5245.
33. Sikder, M., Wang, C., Yao, X., Huai, X., Wu, L., KwameYeboah, F., ... ve Dou, X. (2022). The integrated impact of GDP growth, industrialization, energy use, and urbanization on CO2 emissions in developing countries: evidence from the panel ARDL approach. *Science of the Total Environment*, 837, 155795.
34. Sun, H., Attuquaye Clottey, S., Geng, Y., Fang, K., ve Clifford Kofi Amissah, J. (2019). Trade openness and carbon emissions: evidence from belt and road countries. *Sustainability*, 11(9), 2682.
35. Tatoğlu, F. Y. (2017). Panel Zaman Serileri Analizi. İstanbul: Beta Yayınevi.
36. Toda, Hiro Y. and Taku Yamamoto (1995). Statistical Inference in Vector Autoregressions with Possibly Integrated Processes. 66, 225-250.

- 37.Ullah, I., Rehman, A., Svobodova, L., Akbar, A., Shah, M. H., Zeeshan, M., ve Rehman, M. A. (2022). Investigating relationships between tourism, economic growth, and CO2 emissions in Brazil: An application of the nonlinear ARDL approach. *Frontiers in Environmental Science*, 10, 52.
- 38.Usman, M., ve Makhdum, M. S. A. (2021). What abates ecological footprint in BRICS-T region? Exploring the influence of renewable energy, non-renewable energy, agriculture, forest area and financial development. *Renewable Energy*, 179, 12-28
- 39.Usman, M., ve Makhdum, M. S. A. (2021). What abates ecological footprint in BRICS-T region? Exploring the influence of renewable energy, non-renewable energy, agriculture, forest area and financial development. *Renewable Energy*, 179, 12–28.
- 40.Wang, Z., Jebli, M. B., Madaleno, M., Doğan, B., ve Shahzad, U. (2021). Does export product quality and renewable energy induce carbon dioxide emissions: Evidence from leading complex and renewable energy economies. *Renewable Energy*, 171, 360-370
- 41.World Bank (2022). World development indicators. The World Bank. Available at <https://databank.worldbank.org/source/world-development-indicators>
- 42.Xia W, Doğan B, Shahzad U, Adedoyin FF, Popoola A, ve Bashir MA (2021) An empirical investigation of tourism-led growth hypothesis in the european countries: evidence from augmented mean group estimator. *Portuguese Econ J* 1–28
- 43.Yenilmez, F., ve Erdem, M. S. (2018). Türkiye ve Avrupa Birliği'nde ekonomik büyüme ile enerji tüketimi arasındaki ilişki: Toda-Yamamoto nedensellik testi. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(1), 71-95
- 44.Zoundi, Z. (2017). CO2 emissions, renewable energy and the Environmental Kuznets Curve, a panel cointegration approach. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 72, 1067-1075.

7. Bölüm

Etkinlik Turizmi ve Destinasyon Pazarlaması Kapsamında Antalya'nın Değerlendirilmesi

Bilge Nur ÖZTÜRK¹

¹ Dr. Öğr. Üyesi Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi, İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi
İşletme Bölümü, Pazarlama ABD.
bilge.ozturk@alanya.edu.tr, Orcid:0000-0001-9232-3912

ÖZET

Destinasyonlar için oldukça önemli olan etkinlikler, düzenleyen kurumlar ve markalar için stratejik bir değer taşımaktadır. Etkinlikler, etkinlik turizmi kapsamında destinasyon pazarlaması için itici bir güç olabilirler. Bu anlamda destinasyonun marka değerine katkı sağlayabilme ve ziyaretçilerin ilgisini çekebilme potansiyeli yüksektir. Etkinlikler ürün ve hizmetlerin tanıtımları için elverişli ortamlar sunmakla birlikte ziyaretçilerle interaktif etkileşim kurulmasına imkân tanıyan deneyimsel pazarlama fırsatlarını da beraberinde getirmektedir. Ek olarak, destinasyonun yükselen değeri sayesinde potansiyel ziyaretçiler tarafından bölgenin yerel ve kültürel zenginliklerinin farkına varılmasına yardımcı olabilir. Bu doğrultuda kırsal turizm, alternatif turizm, macera turizmi, eko-turizm gibi segmentlere özgü turizm faaliyetlerinin canlanmasına destek olabilir. Bu stratejik değerinden yola çıkarak Antalya etkinlikleri sunduğu potansiyeller açısından değerlendirilmiştir. Antalya etkinlikleri içerisinde en fazla spor etkinlikleri ardından kültür-sanat etkinlikleri düzenlendiği görülmektedir. Bölgesel olarak en aktif ilçenin Alanya olduğu tespit edilmiştir. Etkinliklerin türlerinin ve bölgelere yayılımlarının geniş kapsamlı olduğu ancak tanıtım faaliyetlerinin sınırlı olduğu görülmektedir. Etkinlik tanıtımları özellikle web siteleri ve sosyal medya kanallarına entegre edilerek sistematik bir şekilde, mümkün olabildiğince resmi tek bir kaynaktan, kullanıcı dostu olacak şekilde gerçekleştirilebilir. Etkinliklerin uzun vadeli katkıları açısından değerlendirilerek stratejik etkinlik yönetimi süreçlerine önem verilmesi gerekmektedir. Şehir turizmi konusunda önde gelen Antalya, yayla turizmi açısından da öne çıkan pek çok etkinliğe sahiptir. Ek olarak Antalya'nın kurumsal pazarlama etkinlikleri olarak ifade edilen kongre turizmi (MICE) ile hükümet veya politika etkinlikleri açısından son yıllarda gelişim gösterdiği belirtilmiştir. Tüm bu artılar Antalya'yı etkinlik pazarlaması konusunda önemli bir merkez haline getirirken şehrin markasının yükselen değerine katkıda bulunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Etkinlik Turizmi, Destinasyon Pazarlaması, Etkinlik Pazarlaması, Antalya

GİRİŞ

Etkinlikler, düzenlenen bölgelere, düzenleyen kurumlara veya markalara ve katılımcılarına çeşitli katkılar sunan aktiviteler olarak profesyoneller tarafından giderek daha stratejik bir bakış açısı ile değerlendirilmektedir. Yerel yönetimlerce ve kapsamlı bir şekilde kamusal olarak desteklenen etkinler, içinde bulundukları bölgelerin marka değerlerine katkıda bulunarak destinasyon pazarlaması için önemli bir güç oluşturabilirler. Bölgenin ziyaretçiler tarafından ilgi çekici hale gelmesi turizm açısından hem bölgenin canlanmasına hem de yerel halka katkılar sunabilir. Bölgenin yerel ve kültürel zenginliklerinin tanıtılmasında yardımcı olabilir. Etkinlikler kırsal turizm açısından turizm potansiyeli taşıyan bölgelerin ortaya çıkarılmasını sağlayabilir. Ek olarak, kentsel turizm açısından özellikle büyük ölçekli katılımların gerçekleştiği ulusal ve uluslararası organizasyonlarla bölgenin bir cazibe merkezi haline gelmesine, ulusal veya uluslararası medyada yer alarak bir şehir markası oluşturulmasına katkı sağlayabilir.

Etkinlikler açısından markalar hem etkinliği düzenleyen olarak (örneğin Spor Omo Çocuk Festivali ve Fairy Yemek Şenliği) ana marka rolünde yer alabilir hem de bazı etkinliklere sponsor olarak veya etkinliği başka kurumlar, markalar ve yerel yönetimlerle birlikte düzenleyerek (Redbull Sea To Sky Enduro Yarışları) kendilerini konumlayabilirler. Her iki durumda da markanın bu etkileşimden olumlu sonuçlarla ayrılması muhtemeldir. Bu anlamda markaların bu planlı davranışları etkinlik pazarlaması kavramı altında değerlendirilebilir. Etkinlik pazarlaması kapsamında markalar diğer bazı pazarlama faaliyetlerini de kullanabilir. Bir başka ifadeyle, etkinliklerin katkıları markalar açısından etkili deneyimsel pazarlama faaliyetleri ve pazarlama amaçlı halkla ilişkiler çalışmaları ile desteklenerek artırılabilir. Deneyimsel pazarlama ile markalar, potansiyel tüketici grubuyla etkili pazarlama iletişimi gerçekleştirebilirler. Etkinlikler, katılımcıların zihinlerinde markaya yönelik olumlu çağrışımlar oluşturulabilmesi için pek çok fırsat sunabilir. Katılımcılar eğlenerek, hoş vakit geçirdikleri güzel ortamlarda yaşadıkları olumlu deneyimlerle markaları ilişkilendirme ve deneyimledikleri pozitif duyguları markanın kendisine atfetme eğiliminde olabilirler. Ek olarak markalar halkla ilişkiler faaliyetleri sonucu toplum beğenisi ve onayını da kazanarak medyada kendilerine yer bulabilirler.

Pazarlamada ürünler ve hizmetlerin dışında kişiler, yerler ve fikirlerin de pazarlama konusu olmasından hareketle etkinlikler, hem turizm pazarlaması kapsamında destinasyon (yer) markalaşması açısından hem de markaların kendi imajlarını ve ürünlerini destekleyebilecekleri fırsatlar sunması açısından önemlidir. Ek olarak güçlü bir şehir markasının potansiyel turizm talebinin yüksek olması nedeniyle, güçlü markaların etkinliklerine sahne olma olasılığı da daha yüksek görülmektedir. Bir başka ifadeyle, etkinlikler destinasyon

pazarlamasına destek olarak turistleri bölgeye çekerken, bölgenin cazibesi markalar açısından bölgeye olan talebin artmasına ve bölgede daha fazla etkinlik düzenlemelerine neden olabilir. Bu bağlamda, Türkiye'nin en kalabalık 5. şehri olan ve cazip tatil beldeleri arasında üst sıralarda yer alan Antalya'nın etkinlik turizmi açısından incelenmesi, destinasyon pazarlaması kapsamında şehrin potansiyelinin ortaya konulması açısından önemli görülmektedir.

1. Destinasyonlar Açısından Etkinlik Turizmi ve Etkinlik Pazarlaması

Sözlük anlamıyla, "etkinlik" kelimesinin eş anlamlıları "olay", "gerçekleşme", "vak'a" veya "deneyim" gibi ifadelerdir. Tüm "etkinlik" türlerini tanımlayan temel ölçüt, geçici olmalarıdır. Örneğin spor etkinliği, kuralları ve mekânıyla zaman ve mekân açısından önceden belirlenir (Getz, 2004: 26). Etkinlikler, destinasyon cazibesinin canlandırıcıları olmanın yanı sıra, giderek artan global rekabet koşullarında ziyaretçi harcamalarını çekmek için destinasyonların tanıtımında temel pazarlama önermeleridir (Getz ve Page, 2016: 593). Örneğin İspanya'da gerçekleştirilen Boğa Güreşleri ve Domates Festivali, Brezilya'daki Rio Karnavalı, Fransa'daki Cannes Film Festivali, Paris, Londra, Milano Moda Haftaları gibi uluslararası basın tarafından ilgiyle takip edilen dünyaca ünlü özel etkinlikler, dünyanın dört bir yanındaki izleyici kitlelerine doğrudan ulaşmaktadır (Dalgın vd., 2016: 1180). Etkinlikler deneyimsel, etkileşimli, hedefe yönelik ve ilişkisel olmaları (Crowther ve Donlan, 2011: 1448) açısından önemlidir. Etkinlikler ayrıca, ülke kültürünün tanıtılması için fırsatlar sunabilir. 2002 Dünya Kupası etkinliğine ev sahipliği yapacak ülkelerden bir olan Kore'nin, kültürüne yönelik ilginin, etkinliğe katılım isteğini etkilediği tespit edilmiştir. Buna göre, Kore kültürünü öğrenmeye olan ilginin, etkinliğe ilgi ve etkinliğe katılma isteğini artırdığı bulunmuştur (Kim ve Chalip, 2004: 703). Bu anlamda etkinlikler, ziyaretçileri ev sahibi destinasyondaki diğer turistik cazibe merkezlerine çekebilme fırsatı sunmaktadırlar.

Etkinlikler şehir turizmi açısından çeşitli katkılar sağlayabilir. Bu katkılar şu şekilde özetlenebilir (Getz ve Page, 2016: 597):

1. Etkinlikler, başka türlü belirli bir yeri ziyaret etmeyen turistleri (ve sponsorlar ve medya gibi diğerlerini) çekebilir; etkinlik turistlerinin harcamaları ekonomik fayda sağlar, etkinlik turizmi, talebin mevsimselliğiyle mücadelede, turizmi coğrafi olarak yaymada ve diğer kentsel ve ekonomik kalkınma biçimlerine yardımcı olmada maksimum değer için kullanılabilir; etkinlik portföyleri özellikle çoklu hedef segmentlere hitap ederek maksimum etki için tasarlanabilir.
2. Etkinlikler, destinasyon için olumlu imajlar yaratabilir ve şehirleri markalaştırabilir veya yeniden konumlandırabilir.

3. Etkinlikler, şehirleri daha yaşanabilir ve çekici hale getirerek yer pazarlamasına katkıda bulunabilir.
4. Etkinlikler, şehirleri, tatil köylerini, parkları, kentsel alanları ve çeşitli türdeki mekânları canlandırarak, bunları ziyaret etmeyi ve tekrar ziyaret etmeyi daha çekici hale getirebilir ve daha verimli bir şekilde kullanabilir.
5. Etkinlik turizmi, diğer istenen gelişim türlerinin (kentsel yenileme, topluluk kapasitesi oluşturma, gönüllülük ve gelişmiş pazarlama dahil) bir katalizörü olarak hareket eder, böylece uzun vadeli veya kalıcı bir miras yaratır.

Bu bağlamda etkinlik turizminin, kültürel turizm, kırsal turizm, kentsel turizm, alternatif turizm, markalaşma, destinasyon pazarlaması, etkinlik pazarlaması, deneyimsel pazarlama, amaca yönelik (cause-related) pazarlama ve pazarlama yönelimli halkla ilişkiler faaliyetleri gibi pek çok kavramla ilişkili olabileceği düşünülmelidir. Ancak temelde etkinlik turizmi, etkinlik pazarlaması ve destinasyon pazarlaması kavramlarının ana çerçeveyi oluşturduğu düşünülmektedir.

Etkinlik pazarlaması, marka ve kurumsal imaj açısından farkındalık oluşturmak için değerli bir araçtır (Gupta, 2003: 119). Bu anlamda etkinlikler daha çok markaların ve kurumların bakış açısından değerlendirilir. Etkinlik pazarlaması, etkinliklerin benzersiz özellikleri ve planlama ve teslimat sürecinde birden fazla paydaş grubuyla ilişkili olması nedeniyle genel ürün veya hizmet pazarlamasından farklıdır. Genel ürün ve hizmetlerin pazarlamasında, pazarlamacılar genellikle ürünlerin veya hizmetlerin sahipleri, üreticileri veya dağıtıcılarıdır. Ancak etkinlikler daha karmaşık bir üretim ve dağıtım modeline sahiptir. Etkinliklerin deneyimi geçici bir doğaya sahiptir ve aynı anda üretilip tüketilir. Bir etkinlik farklı varlıklar tarafından sahiplenilebilir, pazarlanabilir ve üretilebilir (Jin ve Cheng, 2020: 739). Bu anlamda etkinlik, şirket tarafından sahiplenilen veya üçüncü bir taraf tarafından sahiplenilen ve şirket tarafından sponsorluk programları aracılığıyla onaylanan bir etkinlik olabilir (Kotler & Armstrong 2010: 505). İlk durumda, etkinliği düzenleyen şirket ise, ikinci durumda şirket etkinlik boyunca görünürlük karşılığında üçüncü tarafa maddi veya maddi olmayan yardım sağlamaktadır. Diğer bir deyişle, etkinlik pazarlaması etkinlik sponsorluğunu içerir, ancak bununla sınırlı değildir (Zarantonello ve Schmitt, 2013: 257).

Sponsorluk bağlamında amaca yönelik (cause-related) pazarlama kavramı da aslında etkinlik pazarlaması ile ilişkilendirilebilir. Amaca yönelik pazarlama veya neden ilişkili pazarlamada markalar, kâr amacı gütmeyen kuruluşlar veya kanaat önderleri ile ortaklık kurarak etkili bir amaca yönelik olarak kampanyalar yürütmektedir. Bu sayede hem toplumda önemli bir konuya yönelik farkındalığı

artırabilir hem de sosyal sorumluluk konusunda pozitif bir imaj oluşturabilirler. Etkinlik pazarlaması, etkinlikle ilgili iletişim ve deneyimler aracılığıyla işlemenin amaçlarını gerçekleştirmeye yardımcı olmaktadır. Bir etkinlikle pazarlama ve diğer birçok iletişim yöntemi arasındaki önemli fark, etkinliklerin ürünlerle kişisel etkileşim fırsatları sunmasıdır (Sneath vd., 2005). Kitle medyası reklamının uzak, tek yönlü ve geniş tabanlı doğasına karşı, etkinlikler tüketicilerin markayı hemen bir şekilde deneyimleyebileceği doğrudan, son derece etkileşimli ve yerel tüketici-marka karşılaşmalarına izin vermektedir. Hatta doğrudan temas ve etkileşimin yerel bir etkinlikte anlamlı marka deneyimlerine yol açabileceğini vurgulamak amacıyla etkinlik uygulayıcıları, etkinlik pazarlamasını "deneyimsel pazarlama" olarak adlandırmaya başlamıştır (Zarantonello ve Schmitt, 2013: 256).

Etkinlikler, pazarlamacılara, etkinlikleri diğer iletişim yöntemlerinden ayıran bir dizi özellik içeren, potansiyel açısından zengin bir araç sağlamaktadır. Etkinlikleri diğer iletişim yöntemlerinden ayıran bu özellikler şu şekilde ifade edilebilir (Crowther ve Donlan, 2011: 1448-1449): İlk olarak, katılımcılar genellikle etkinliğe fiziksel olarak katılmak isteyen ve aktif olan bireylerdir. Bu da yüz yüze, samimi bir iletişime yol açmaktadır. İkinci olarak, bir etkinlikte insanların toplanması söz konusudur ve bir araya gelen insanların oluşturduğu kolektiflik, ortak bir topluluk duygusu etrafında deneyimi artırabilir. Ek olarak etkinlikler, müşterilerle daha sık ve tutarlı iletişim kurmak için bir araç sunmaktadır. Ayrıca tüm ilgili aktörler arasında diyalog ve samimiyet sağlama fırsatını beraberinde getirir. Etkinlikler farkındalık oluşturabileceği gibi pazarlama etkinliklerinin etkileşimi, tüketicilere ürünün kullanım değerini doğrudan deneyimleme fırsatı sunmaktadır. Son olarak, diğer deneyimsel iletişim platformlarından farklı olarak etkinlikler önceden plânlanmıştır. Zaman, yer, izleyici ve benzeri kesinlikler, etkinliği (performansı) önceden plânlanmış ve pratik yapmış bir şekilde düzenleme konusunda örgüte daha fazla kontrol merkezi sunacaktır.

Etkili bir şekilde kullanıldığında, pazarlama etkinlikleri, pazarlama (ve satış) uygulayıcısı için çeşitli taktiksel ve stratejik sonuçları gerçekleştiren çok yönlü bir rol oynamaktadır; marka iletişimi, profil yükseltme, ilişki geliştirme ve müşteri danışmanlığı gibi alanları içermektedir ancak bunlarla sınırlı değildir. Pazarlama etkinlikleri, geniş ve çeşitli etkinlik türlerini içermektedir ve bunlar en büyük kongrelerden veya ticaret fuarlarından, en küçük ve en samimi seminerlere veya misafirperverlik etkinliklerine kadar uzanmaktadır (Crowther, 2010: 369-370). Bir etkinliğin markanın satın alma niyetine etkisi hem marka hem de etkinlikle ilgili bir yol üzerinden oluşmaktadır. Etkinliğin uyardığı duygusal tepkileri incelemek ve bunları pozitif ve negatif duygusal tepkilere ayırmak

önemlidir. Etkinliğe ve markaya katılım, katılımcıların etkinliğe tepkisi için önemlidir: katılım düzeyi ne kadar yüksekse, tutumlar da o kadar yüksek olmaktadır (hem etkinliğe hem de markaya karşı), ayrıca duygular da o kadar pozitif ve o kadar az negatif olmaktadır (hem etkinliğe hem de markaya karşı) (Martensen vd., 2007: 297). Öğrenciler üzerinde Üniversite Bahar Şenliklerine yönelik yapılan araştırma sonucunda tüketicilerin %90'ı etkinliklere katılmayı sevmektedir. Etkinlik müzik ve eğlence üzerine olunca etkinliğe sponsor olan markanın, etkinlik öncesinde düşük olan marka bilinirliği etkinlik sonrasında çok yüksek seviyeye çıkmıştır. Bu da etkinliğin marka hatırlatma gücünü göstermiştir (Altunbaş, 2011: 32).

Açıklamalardan anlaşılacağı gibi turizm ve pazarlama konularında etkinliklerle ilişkilendirilebilecek, her biri etkinlikleri kendi amaçları bağlamında ele alan pek çok kavram bulunmaktadır. Bu kavramlar birbirleri ile bağlantılı ve birbirlerini destekleyen kavramlardır. Özellikle bir destinasyon açısından ele alındığında turizm ve pazarlamanın pek çok ortak çalışma alanı bulunmaktadır. Etkinlikler ve turizm birbirine bağlıdır. Etkinlikler, bir ev sahibi konuma ekonomik ve ekonomik olmayan faydalar getirirken, destinasyon cazibesi etkinlik başarısı için kritik bir faktör oluşturur. Etkinlik tabanlı destinasyon pazarlaması, ev sahibi yerlerin etkinliklere yatırım yapmalarını motive etmektedir (Jin ve Cheng, 2020: 739). Kökenleri 19. yy.'a dayanan etkinlik odaklı yer pazarlaması (Getz ve Page, 2016: 594), başlangıçta sürekli kongreler ve etkinlikler kullanılarak ABD'de teşvik edilse de (Ford ve Peeper, 2007), bu alanın turizm gelişimine genel katkısının bir çalışma alanı haline gelmesi 1990'lı yıllardan itibaren gerçekleşmiştir.

Kısaca etkinlikler hem turizm hem pazarlama profesyonelleri için önemli bir konumdadır. Bu iki bilim dalı destinasyon markası bağlamında ortak çalışma alanına sahip görülmektedir. Turizm pazarlamacısı için konum, insanların (ve kuruluşların) ziyaret ettiği bir yer olan bir destinasyondur. Bu nedenle, turizm, bir konumun ekonomik gelişiminin özgün bir yönüdür (Hankinson, 2001: 131). Bu anlamda destinasyon pazarlaması, bölgesel kalkınma stratejik planı ile koordine edilmesi gereken turizm politikasının gerçekleştirilmesini kolaylaştırmaktadır. Destinasyonların pazarlanması, turizm etkilerinin optimizasyonuna ve bölge için faydaların maksimize edilmesine de rehberlik etmelidir. Bu açıdan destinasyonlar, tüketicilere entegre bir deneyim sunan turizm ürünlerinin karışımıdır. Bir başka ifadeyle, destinasyon markası altında tüketilen turizm ürün ve hizmetlerinin bir karışımını sunmaktadır. Ancak, giderek daha fazla kabul gören bir görüşe göre, bir destinasyon aynı zamanda algısal bir kavram olabilir; tüketiciler tarafından seyahat plânlarına, kültürel arka plânlarına, ziyaret amacına, eğitim seviyelerine ve geçmiş deneyimlerine bağlı olarak öznel

olarak yorumlanabilir. Örneğin, Londra, Alman bir iş seyahatçisi için bir destinasyon olabilirken, Avrupa, iki haftalık bir turda altı Avrupa ülkesini gezen bir Japon turisti için destinasyon olabilir. Bu anlamda destinasyonlar, ziyaretçiler tarafından benzersiz bir varlık olarak anlaşılan, turizm pazarlaması ve planlaması için politik ve yasal bir çerçevesi olan belirli bir coğrafi bölge olarak düşünülebilir (Buhalis, 2000: 97-98). Bu nedenle, bir destinasyon markası sadece yer adı veya logo değil, destinasyonun potansiyel turistlerin zihinlerinde yarattığı genel izlenimi ifade etmekte; bunlar işlevsel ve sembolik unsurları içermektedir. Bir başka ifadeyle destinasyon markası, destinasyonun fiziksel özellikleri, hizmetleri, cazibeleri, adı, logosu, ünü ve ziyaretçiye sağladığı faydaları kapsamaktadır (Chalip ve Costa, 2005: 219). İngiltere’de 12 şehirde yapılan bir araştırmada, destinasyonda markalaşma tekniklerinin genellikle logolar, sloganlar ve sembollerin geliştirilmesiyle sınırlı olduğu ve bu unsurların görsel kimliği oluşturanın yanı sıra sıkça ticari faaliyetler gibi çeşitli alanlarda da kullanıldığı görülmüştür (Hankinson, 2001: 139).

Bir şehir veya bölge için etkili bir şekilde oluşturulmuş destinasyon markası, turizmi teşvik edecek ve ziyaretçilerin destinasyon seçimini kolaylaştıracaktır. Bu açıdan mevcut cazip yerlerin ve uygun etkinliklerin belirlenmesi ve destinasyon ile tutarlı bir marka inşası gerçekleştirilmesi önemlidir. Bu anlamda bir destinasyondan beklentiler ziyaretçiler açısından değişkenlik gösterebilir. Farklı ziyaretçiler destinasyonları farklı amaçlar için kullandığından, bir destinasyon tipolojisi geliştirmek zordur. Ancak temel çekiciliğini temsil eden birkaç kategoride sınıflandırılabilir. Örneğin bir destinasyon “kentsel, sahil, dağ, kırsal, otantik üçüncü Dünya, eşsiz-egzotik-seçkin” şeklinde çekiciliklere sahip olabilir (Buhalis, 2000: 101). Bu kategoriler destinasyonların farklı çekicilikleri olduğunu göstermektedir. Destinasyon pazarlamanın önemli bir özelliği, olumlu bir imajın geliştirilmesine odaklanmasıdır. Bu nedenle, ekonomik kalkınma departmanları, Belediye Başkanlığı, turizm ajansları veya kongre ve ziyaretçi büroları tarafından üretilen veya desteklenen etkinlikler, medya ilgisini çekmeli, destinasyonu en iyi şekilde temsil etmeli ve diğer tanıtım kampanyalarına somut bir şekilde bağlı olmalıdır (Getz, 2004: 25). Dolayısıyla etkinlikler destinasyon markasına katkıda bulunabilecek şekilde düzenlenmelidir. Etkinlikler öncesinde, etkinlik sırasında ve sonrasında medyanın ve kamuoyunun dikkatini çekmelidir. Bununla birlikte, etkinlik ve destinasyon pazarlamacıları, etkinliklerin destinasyon markalamasında yetersiz kullanıldığını bildirmektedir (Chalip ve Costa, 2005: 219). Bu anlamda sosyal medyanın kullanılması ve oradaki etkileşim miktarının artırılması faydalı olabilir. Etkinlik markalaması, büyük ölçüde markalar ve tüketiciler arasında yer alan iş birliğiyle ilgili literatürün aksine, çeşitli paydaşlar tarafından sosyal medya alanında merkezi olarak

yönetilmektedir. Bu açıdan etkileşim miktarı duygusal bağları artırabilir, tutarlılığı geliştirebilir ve belki de etkinliğin markalamasında homojenliği sağlayabilir (Jin ve Cheng, 2020: 752-753).

2. Etkinliklerin Sınıflandırılması ve Etkinliklere Göre Turistlerin Segmentasyonu

Bir destinasyondaki etkinlikler çeşitli şekillerde sınıflandırılabilir. Turizmde planlanmış etkinlikler bir amacı gerçekleştirmek üzere oluşturulur ve bir zamanlar bireysel ve topluluk girişimlerinin alanı olan bu alan büyük ölçüde profesyonellerin ve girişimcilerin alanı haline gelmiştir. Etkinlik turizmi bağlamında planlanmış etkinlikler dört ana kategoride ifade edilmiştir. İlk kategoride yer alan kurumsal pazarlama etkinlikleri, hükümet veya politika ile ilgili etkinlikler, fuarlar veya sergiler gibi iş etkinlikleridir. İkinci kategori olan spor etkinlikleri profesyonel ligler, katılımcı destekli eğlenceli turnuvalar gibi etkinlikleri kapsamaktadır ve atletik parklar, arenalar ve stadyumlar gibi özel amaçlı tesislere ihtiyaç duyar. Üçüncü kategori, festivaller ve diğer kültürel kutlamalardır. Bunlar tesislere daha az bağımlıdır ve parklar, sokaklar, tiyatrolar, konser salonları ve diğer tüm umumi veya özel mekânları kullanabilir. Festivaller, karnavallar, geçit törenleri, dini ayinler, hac ziyaretleri, sanat sergileri bu kategoridedir. Son kategori konserler, şovlar, ödül törenleri gibi eğlence etkinlikleridir (Getz ve Page, 2016: 594).

Spor etkinlikleri, ev sahibi destinasyonun markasını oluşturmak için artan sıklıkta kullanılmaktadır. Etkinlikler, destinasyon markası ile ilgili farklı roller üstlenebilir: destinasyon markasıyla ortak marka olarak, destinasyon markasının uzantısı olarak veya destinasyon markasının özellikleri olarak. Hangi rolün uygun olduğu, etkinliğin markasının doğasına bağlıdır. Her bir rol farklı fırsatlar, riskler ve gereksinimler sunar, bu nedenle etkinlikler destinasyonun pazarlama planına stratejik olarak entegre edilmelidir. Spor etkinliklerinin destinasyon markalamasına stratejik olarak entegre edilmesi, her etkinliğin destinasyonun etkinlik portföyündeki diğer etkinliklerle ve destinasyonun diğer spor etkinlikleri ve cazibe merkezleriyle çapraz olarak entegre edilmesini gerektirir. (Chalip ve Costa, 2005: 218).

Festivaller ve kültürel kutlamalar da en az spor etkinlikleri kadar önemlidir. Turizm endüstrisinin önemli bir parçası olan festivaller; dönemi, yapıldığı çevre, konusu, katılanların sayısı ve programı önceden belirtilen ve özel önemi olan sanat, kültür, bilim, ekonomik faaliyet, ürün veya belli bir temaya yönelik olarak düzenlenen, tek seferlik veya belli aralıklarla tekrarlanan gösteri ve etkinlikler dizisidir (Dalgın vd., 2016: 1180). Festivaller kentlerde olduğu kadar kırsal

bölgelerde de gerçekleştirilir. Bu anlamda yerel halkın kültürel motiflerinin tanıtılması açısından önemli katkılar sunabilir.

Şekil 1’de görüldüğü üzere etkinlik portföyü yaklaşımına göre etkinlikler dört farklı şekilde sınıflandırılmıştır: Nadiren gerçekleşen mega etkinlikler, periyodik olarak gerçekleşen ayırt edici etkinlikler, bölgesel ve lokal etkinlikler. Bir etkinlik portföyü, bir yıl boyunca bir ev sahibi toplulukta gerçekleşen farklı ancak ilişkilendirilmiş etkinliklerin stratejik bir şekilde desenlenmesi olarak tanımlanır ve bütün olarak ortak etkinlik stratejilerinin uygulanması yoluyla çoklu sonuçlara ulaşmayı amaçlamaktadır (Ziakas, 2013: 14). Bu doğrultuda mega etkinlikler yüksek turist talebi ve yüksek değer içeren uzun bir geçmişi olan etkinliklerdir (Örneğin America’s Cup Defense). Mega etkinlikler, boyutları veya önemleri yoluyla, ev sahibi topluluk, mekân veya kuruluş için olağanüstü düzeyde yüksek turizm, medya kapsamı, prestij veya ekonomik etki sağlayan etkinliklerdir (Getz, 2004: 28). Örneğin Olimpiyatlar bu kategoride düşünülebilir. Ayırt edici etkinlikler ev sahibi mekâna, topluluğa veya destinasyona rekabet avantajı sağlar. Onlar da yüksek turist talebi ve yüksek değer içermektedir. Zamanla, etkinlik ve destinasyon birbirine sıkı sıkıya bağlı hâle gelebilir. Mega etkinlikler genellikle genel olarak imajı, turizmi ve gelişimi pompalamak veya artırmak için bir araç olarak algılansa da ayırt edici etkinlikler, maliyetin bir kısmıyla, tüm topluluk tarafından değer verilen kalıcı faydalar sağlayabilir. Dünya fuarları, büyük spor etkinlikleri, benzersiz karnavallar ve festivaller, önemli kültürel ve dini etkinlikler, büyük siyasi kişilik etkinlikleri bu grupta düşünülebilir (Getz ve Page, 2016: 598).



Şekil 1: Etkinlik turizmde destinasyon perspektifi-portföy yaklaşımı

Kaynak: (Getz ve Page, 2016: 596).

Piramidinin taban seviyelerinde bölgesel ve yerel etkinlikler bulunmaktadır. Bu etkinliklerin bir kısmı geliştirilebilir, yatırım gerektiren turizm potansiyeline sahipken, bir kısmı da turizmle doğrudan ilgilenmemekte, hatta belki de bundan dolayı tehdit altında hissetmektedir. Eğer yerel etkinlikler öncelikle topluluk veya kültürel amaçlı ise, bunları sömürmemek için iyi bir argüman sunulmalıdır (Getz ve Page, 2016: 599). Bölgesel etkinlikler orta düzey bir değer ve turist talebi içerirken, yerel etkinlikler düşük değer ve turist talebi içermektedir. Başka bir ifadeyle, etkinlikler destinasyonlar açısından sağladıkları değere ve turist talebine göre stratejik olarak düşünülmesi gereken organizasyonlardır. Bu şekilde etkinliklerin uzun vadeli faydalar sunması sağlanabilir.

Etkinlikler başka bir şekilde iki türe ayrılabilir: tekrarlayan ve aynı yerde birçok ardışık durumda ev sahipliği yapılan; tekrar etmeyen ve herhangi bir verilen yerde sadece bir kez ev sahipliği yapılan etkinlikler (Li vd., 2014: 76). Etkinlikler kapsamı açısından yerel, ulusal ve uluslararası olarak da ayrılabilirler.

Etkinliklerin sınıflandırılması kadar ziyaretçilerin sınıflandırılması da önemlidir. Turizm açısından ziyaretçiler pazarlama bakış açısından müşteriler veya tüketicilerdir. Dolayısıyla öncelikle bu kitleyi daha yakından değerlendirebilmek ve doğru etkinliklerle doğru hedef kitleyi eşleştirebilmek için bazı özellikler merkezinde segmentlere yani pazar bölümlerine ayırmak gereklidir. Segmentasyon pazarlamacılar tarafından coğrafik, demografik, psikografik ve davranışsal temellerde yapılabilir. Etkinliklerin çeşitlenmesi ile bölgeye turizm ve destinasyon açısından çeşitli rekabet avantajları kazandırması, hedeflenen ziyaretçi segmentlerine özgü beklentilerin belirlenmesini ve beklenen çekiciliklere sahip etkinlikler oluşturmayı giderek daha önemli bir konuma getirmiştir. Etkinlikler açısından bazı segmentler arasında belirgin farklılıklar olduğu söylenebilir.

Bu açıdan segmentasyon, çeşitli etkinlik türlerine katılmaya veya seyahat etmeye en çok ilgi gösteren grupları tespit etmelidir. Demografik değişkenlerden yaş ve cinsiyet, evlilik ve aile durumu genellikle etkinlik talebini etkileyen önemli faktörlerdir. Spor ve eğlence etkinliklerinin genellikle genç erkekleri daha çok çekme eğiliminde olduğu gözlenirken, sanat ve kültürel festivallerin kadınlar arasında daha güçlü bir çekiciliği bulunmaktadır. Topluluk festivalleri ve kutlamalar daha çok aileleri çekerken, cinsiyet dağılımı daha dengelidir (Getz, 2004: 379). Örneğin halka açık olarak finanse edilen yıllık tekrarlayan Macau Sanat Festivali (MAF) katılımcı profiline genellikle eğitimli, orta yaşlı ve kadın olduğunu tespit edilmiştir (McCartney ve Ip, 2018: 268). Üniversite eğitimi almış ve dolayısıyla daha yüksek gelirli sosyal gruplara ait olduğu düşünülen katılımcıların gastronomik etkinliklerde ağırlıklı olduğu gözlenmektedir. Ayrıca,

bu insanların bir etkinliğe katılmak için daha uzun mesafeleri seyahat etmeye istekli oldukları görünmektedir (Krajíčková ve Šauer, 2018: 198). Bu anlamda, hangi etkinliğin hangi ziyaretçi grubunu hedeflediği, üzerinde önemle durulması gereken bir noktadır. Değerler, kişilik ve yaşam tarzları temelinde bir sınıflandırmayı ifade eden psikografik segmentasyon, turizm araştırmalarında popüler hâle gelmiştir. Bu açıdan etkinlik turizmi pazarlamacılarının beklediği ideal psikografik segment boyutları şu şekilde açıklanabilir (Getz, 2004: 380-381):

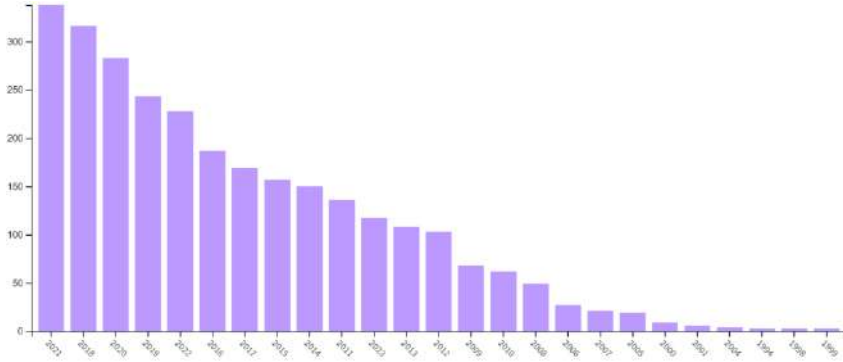
- Değerler, inançlar ve tutumlar: Örneğin, sanatın toplum içindeki merkezi önemine inananlar; sporlara karakter geliştiriciler olarak değer verenler, festivallerin toplum için iyi olduğuna inananlar
- Kişilik özellikleri: Örneğin, paketleri satın alacak muhafazakârlar; maceraperestler ve otantik ve benzersiz olanı arayacak olanlar
- Yaşam tarzı: Örneğin, çeşitli sporlar, sanatlar veya toplum içinde aktif; benzer ürünlerin zaten tüketicisi olanlar.

Bu anlamda ziyaretçilerin motivasyonunu anlamak, doğru ve etkili pazarlama için hayati önem taşımaktadır. Etkinlikler planlı organizasyonlar olduğuna göre, etkinliğin hedeflediği kitleyi önceden belirleyip, etkinlikte hedef kitleyi çekme potansiyeline sahip gerekli düzenlemeleri önceden uygulama planına dâhil etmek, etkinliğin başarısını artıracaktır.

Turizm ve pazarlamanın etkinlikleri tanımlama, etkilerini ölçebilme, ziyaretçileri gruplama vb. çalışmaları akademik literatüre de yansımıştır. Bu doğrultuda etkinlikler pek çok farklı açıdan incelenmiştir.

3. Etkinlik Turizmi ve Etkinlik Pazarlaması Araştırmaları

Etkinlik pazarlaması veya etkinlik turizmi gibi etkinliklerin doğrudan araştırma konusu olduğu alanlarda geçmişten günümüze kadar pek çok akademik çalışma gerçekleştirilmiştir. Web of Science üzerinden etkinlikle ilgili konuların ana çerçeveleri olduğu düşünülen “etkinlik pazarlaması” veya “etkinlik turizmi” veya “destinasyon pazarlaması” anahtar kelimeleri kullanılarak yapılan incelemede konu ile ilgili 2822 yayın yapıldığı tespit edilmiştir. Bu yayınların yıllara göre dağılımı Grafik 1’de gösterilmektedir. Buna göre son yıllarda dalgalı bir yapıda olsa da yıllar içerisinde giderek artan oranda konu ile ilgili akademik literatür oluştuğu görülmektedir.



Grafik 1: Etkinliklerle İlgili Pazarlama ve Turizm Çalışmalarının Yıllar İçindeki Dağılımı

Etkinlik pazarlamasının etkilerini ölçebilmek ve sonuçlarını değerlendirebilmek için pek çok çalışma gerçekleştirilmiştir. Bu araştırmalar turizm ve destinasyona faydalar açısından ve markalara faydalar açısından iki boyutta düşünülebilir. Pazarlama alanı daha çok markalarla ilgili kısımlara odaklansa da destinasyon markalaşması bağlamında turizmle ortak çalışma alanına sahiptir. Bu araştırmalardan bazılarını ve sonuçlarına aşağıda yer verilmiştir.

Turizm açısından etkinlikler kısa vadeli ve uzun vadeli sonuçları açısından değerlendirilmelidir. Çalışmaların çoğu kısa vadeli etkiler üzerine odaklanmıştır. Kısa vadeli etki, doğrudan etkinlikle ilgili olan turizmle bağlantılıdır ve kısa bir süre içinde turizmin artırılmasına odaklanmaktadır. Uzun vadeli etki, hedef destinasyonun marka imajıyla ilgilidir; etkinlikler sırasında şehrin marka imajının tanıtımına odaklanmaktadır ve ardından gelecekte daha fazla turisti çekmeyi amaçlamaktadır (Li vd., 2014: 77-78). Uzun vadeli etkiler destinasyon markalaşması ile ilgili olduğundan pazarlamanın da alanı içinde yer almaktadır. Etkinlikler söz konusu olduğunda turizm ve pazarlama alanlarını birbirinden keskin sınırlarla ayırmak mümkün değildir.

Etkinlik turizmi, etkinlik izlemeyi ve seyahat etmeyi birleştiren bir faaliyettir (Gupta, 2003). Etkinlik turizminde, bazen etkinliklere doğrudan katılım imkânı olsa da etkinliklere katılanların başlıca motivasyonu seyirci olarak etkinliklere katılmaktır (Li vd., 2014: 76). Her ne kadar seyirci olsalar da seyahat faaliyetleri ve destinasyondaki sirkülasyon, pazarlama faaliyetlerini de canlandırmaktadır. Bu anlamda özel etkinlikler düzenlemek, turistik gelişimi artırmak ve destinasyona bağlılık oluşturmak için benzersiz bir fırsat olabilir.

Uluslararası bir yemek etkinliğinde (Barbekü Pişirme Yarışması Dünya Şampiyonası) katılımcılarının harcamalarının, ağızdan ağıza iletişim davranışının

ve tekrar ziyaret niyetlerinin genel etkinlik memnuniyetlerinden etkilendiği bulunmuştur (Smith vd., 2010: 17). Memnuniyet verici bir etkinlik deneyiminin, yalnızca etkinliğe geri dönme niyetini ve etkinliği önerme isteğini etkilemekle kalmayıp, aynı zamanda ev sahibi destinasyonda üretilen ürünlere karşı daha olumlu niyetleri tetikleyebileceği fikri desteklenmiştir. Destinasyon inançları doğrudan memnuniyet üzerinde etkili olup, etkinlik memnuniyeti aracılığıyla davranış desenleri üzerinde dolaylı bir etkiye sahiptir. Yerle ilgili bilişsel imaj, olumlu ilham yaratabilir ve tatmin edici bir deneyimle sonuçlanabilir; bu da turist deneyimi ve motivasyonunu gelecekteki davranışın temel etkileyicileri olarak bırakır (Mainolfi ve Marino, 2020: 706-707). Ek olarak etkinlikten duyulan memnuniyet, şehrin marka imajını etkilemektedir (Li vd., 2014: 88). Bu doğrultuda destinasyona yönelik markalaşma çalışmalarının da stratejik olarak önemli olduğu söylenebilir. Hem turizm ve üretim sistemi arasındaki etkileşim hem de markalaşma açısından konu pazarlama profesyonellerinin ilgisini çekmektedir. Bir ürünün yeniden satın alınmasını sağlamak ile turizm pazarlaması açısından bölgenin yeniden ziyaret edilmesini sağlamak veya bir ürünü denemeyenlerin satın almasını sağlamakla daha önce o destinasyona hiç gitmemiş ziyaretçilerin bölgeyi tercih etmesini sağlamak benzer amaçlar taşımaktadır. Örneğin Çin'deki en büyük geleneksel spor etkinliği olan Ulusal Oyunlar üzerinde yapılan bir çalışmada henüz ev sahibi şehri ziyaret etmemiş ve etkinliğin tamamlanmasından sonra ziyaret etmek isteyen potansiyel turistlerin/ziyaretçilerin kararları üzerinde etkinliğin etkisi incelenmiştir. Buna göre etkinlik pazarlama stratejisinin sürdürülebilirliğinin etkinliğin tamamlanmasından sonra ev sahibi şehre yapılan ziyaretlerle sağlanabileceği gösterilmiştir (Li vd., 2014: 74). Ek olarak, ev sahibi şehrin bir şehrin çektiği toplam ziyaretçi sayısını artırabileceği ve etkinliklere ev sahipliği yaparak turist ziyaretlerinin mevsimselliğinin azaltabileceğini bulunmuştur (Higham ve Hinch, 2002).

Modern etkinlik pazarlamasının son yıllarda her alanda yayılmış olan sanal gerçeklik ile birlikte kullanıldığı durumlarda büyük potansiyeller sunacağı belirtilmiştir. Bu nedenle, örneğin sanal bir tur oluşturmak, belirli bir hedef grubuna yönelik yeni bir fırsat olarak kabul edilmiş; genel halkı hedeflemek ve onlarda bu kurumun sunduğu hizmetlere olumlu bir izlenim ve merak uyandırmak için etkili görülmüştür (Behúnová vd., 2022). Ek olarak pazarlamanın hikâyeler kullanarak etkili ve kalıcı iletişim sağlamasından hareketle hikayelerin destinasyon pazarlamasında da önemli bir farklılık meydana getireceği düşünülmektedir. Avusturya'daki iki dağ koşusu etkinliğine yönelik, etkinlik öncesi iletişim stratejilerindeki hikâye kullanımını araştırılmıştır. Etkinlik web sitelerindeki hikâyeler, sosyal medya, yerel ve ulusal

medya ile tanıtım materyalleri tematik olarak analiz edilmiştir. Buna göre, her iki koşu etkinliğinin de üç belirli unsur olan “insanlar”, “yer” ve “deneyimi” bir araya getiren bir kombinasyon kullandığı ifade edilmiştir (Stadler, 2023). Buradan hareketle insanları destinasyon ve deneyimlerle ilişkilendiren hikâyeler üzerinden etkinliklerin iletişim stratejileri inşa edilebilir; tatmin olmuş katılımcı deneyimleri ile desteklenerek destinasyon imajına katkı sağlanabilir.

Sosyal medyanın etkinliklerle ilgili bir pazarlama aracı olarak kullanılması yönündeki bir araştırma, öznel normların ve algılanan davranışsal kontrolün etkin bir şekilde etkinlik sayfasına yönelik niyet oluşturmada etkili olduğunu ve bu niyetin gerçek davranışı etkilediğini destekleyen kanıtlar sağlamıştır. Bu durum, etkinliklerin olumlu imgelerinin sosyal medya üzerinden tasvir edilmesi gerektiğini göstermektedir. Ayrıca, etkinlik pazarlamacıları ve organizatörleri diğer önemli kişilerin görüşlerinin ve algılarının niyet ve davranış oluşturmaya nasıl etkilediğini anlamalıdır. Bu, etkinliklerin sosyal kabulünü vurgulama ihtiyacını ve etkinliklerin aile bağları, aile ve diğer sosyal birimler unsurlarını kullanmayı gerektirmektedir (Harb vd., 2019). Destinasyon ve etkinlik pazarlaması kapsamında Hollanda konaklama sektöründe yapılan bir çalışma, modern bilgi teknolojilerinin, hizmet sunumunun gelişen müşteri taleplerine uygun bir fiziksel ve sanal ortamı şekillendiren konaklama ağlarının kurulmasına destek sağlayabileceğini göstermektedir. Bu doğrultuda girişimciler bilgi teknolojileri konusundaki yeteneklerini artırarak; bir destinasyon ve etkinlik pazarlama platformunda etkili bilgi paylaşımının düzenlenmesine katılabilirler (Breukel ve Go, 2009: 184).

Etkinlik pazarlaması kapsamında tüketici motivasyonları da araştırılan konulardandır. Örneğin Almanya'daki gençleri Adidas ve futbol sporuyla yeniden bağlamak amacıyla tasarlanmış eğlenceli bir futbol turnuvası olan Adidas Predator Kupası üzerinde yapılan bir çalışma, Adidas Predator Kupası'na katılım motivasyonunun tüketicilerin bu etkinliğe durumsal olarak olan ilgileri tarafından belirlendiğini; ek olarak tüketicilerin Adidas Predator Kupası'na durumsal ilgilerinin, sırasıyla, Adidas markasına, futbola ve daha az ölçüde sosyal etkinlik etkileşimine olan önceden var olan ilgileri tarafından güçlü bir şekilde yönlendirildiğini doğrulanmıştır (Wohlfeil ve Whelan, 2006: 659). Adidas Predator Kupası, Adidas futbol ürün yelpazesi için bir pazarlama aracı olarak tasarlanmış bir etkinliktir. Dolayısıyla etkinlikler destinasyon ve turizmin ötesinde doğrudan etkinlik pazarlaması kapsamında markaların ilgi alanına da giren faaliyetlerdir. Örneğin farklı türdeki etkinliklere katılan tüketiciler arasında yapılan bir çalışma, etkinlik katılımının marka denkliği üzerinde olumlu bir etkisi olduğunu göstermektedir. Aynı zamanda, marka deneyiminin, marka tutumunun bir öncüsü, etkinlik öncesi ve etkinlik sonrası marka denkliği arasındaki ilişkide

tüm etkinlik türlerinde aracı olduğu tespit edilmiştir (Zarantonello ve Schmitt, 2013: 255). Buna doğrultuda marka deneyimi etkinlik pazarlamasının etkililiğini ve sonuçlarını değerlendirirken dahil edilmesi gereken önemli bir unsurdur. Etkinlik pazarlaması hem markalara hem de işletmelere faydalar sağlayabilir. Etkinlik pazarlaması ve reklam harcamalarının marka değeri ve şirket geliri üzerindeki farklı etkilerinin karşılaştırıldığı bir çalışmada hem etkinlik pazarlaması hem de reklam harcamalarının şirket geliri ve marka değeri üzerinde olumlu etkileri olduğu bulunmuştur (Liu vd., 2017). Etkinlik pazarlamasının amaca yönelik pazarlama örneği teşkil ettiği bir çalışmada, 11 şehirde düzenlenen bir dizi festivalden oluşan altı günlük hayır amaçlı spor etkinliği değerlendirilmiştir. Bulgular, etkinlik sponsorluğunun sponsor firma ve markalarına yönelik olumlu algılara yol açtığını göstermektedir (Sneath vd., 2005).

Uluslararası literatürde ek olarak, turizm, reklamcılık, spor ve sanat gibi birçok disiplin içinde yer bulan etkinlik yönetimi eğitimiye yönelik (Lee vd. 2009), Macau'daki Çin Yeni Yılı Festivali sırasında gerçekleştirilen geleneksel bir etkinlik olan çiçek pazarına yönelik (Yeung ve Yee, 2010), salon dansı etkinlik pazarının demografik özelliklerine ve talep özelliklerine yönelik (McCleary vd., 2005), etkinlik pazarlaması ve sponsorluk kapsamında Tour De Georgia Bisiklet Yarışı'nın değerlendirilmesine yönelik (Finney vd., 2011), etkinliklerin sürdürülebilirlik ilkelerini benimseyerek daha az çevresel etki ve daha fazla toplumsal fayda sağlamayı amaçlayan sürdürülebilir etkinlik pazarlamasına yönelik (Tinnish ve Mangal, 2012), ve etkinlik turizminin bir alt kümesi olan spor etkinliklerinden Singapur Grand Prix'sine yönelik (Henderson vd., 2010) olmak üzere pek çok çalışmaya erişmek mümkündür.

Etkinlik pazarlaması ve destinasyon markalaşmasında özellikle festivallerin önemli bir yeri bulunmaktadır. Şehirler ve mekânlar, yaratıcılığın ekstra adımını atarak ve sistemli olarak planlanmış etkinlikler aracılığıyla iyi araştırılmış bir teklif paketi sunarak önemli destinasyonlar haline gelmektedirler. Küresel bir üne sahip olan Birleşik Arap Emirlikleri'nde düzenlenen Dubai Alışveriş Festivali (DSF) benzersizliği ve yaratıcı etkinlik sunumları ile buna iyi bir örnektir (Vel vd., 2014). Türkiye'de de çeşitli destinasyonlara özgü olan pek çok festival bulunmaktadır. Bu konuda yapılmış akademik çalışmalar da mevcuttur. Örneğin Alaçatı Ot Festivali destinasyon markalaşması bağlamında incelenmiştir. Alaçatı Ot Festivali'nin gelen turist sayısını arttırıcı bir özelliği olduğu, Alaçatı'ya gelen insanların bölgeyi ziyaret etme nedenlerinden birinin bu festival olduğu, festival zamanında işletmelerin büyük maddi kazanç sağladığı, festivalin bölgede yaşayan insanların ev ekonomisine de katkı sağladığı sonucu çıkarılmıştır. Festivalin ulusal ve uluslararası bölgenin tanınmasına yardımcı olacağı

düşünülmektedir (Çoban ve Süer, 2018: 66). Benzer şekilde Ayvalık'ta gerçekleştirilen Ayvalık Uluslararası Zeytin Hasat Günleri, Türkiye'de zeytinyağı tüketimini arttırmak ve bu alanda farkındalık sağlamanın yanı sıra bölgede sundukları zeytinyağı markalarının dünyaya açılmasını sağlamak amacı ile gerçekleştirilmektedir. Festivalin, Ayvalık destinasyon markalaşmasına önemli etkisi olduğu, turist sayısını arttırdığı, ekonomik açıdan ilçeye canlılık getirdiği tespit edilmiştir (İlban ve Kömür, 2019: 274). Sındırgı Yağcıbedir Halı Festivali'nde ziyaretçilerin algılarında en etkili faktörün genel kazanımlar olduğu, bunu kişisel kazanımların takip ettiği bulunmuştur (Gül vd., 2013: 213). Bozcaada Bağbozumu Festivali, Ayvatlar Yörük-Türkmen Şenliği, Uluslararası Beypazarı Havuç Festivali Türkiye'deki pek çok yöresel festivalden bazılarıdır (Dalgın vd., 2016: 1183).

Türklerin Oğuz Boyu etnik olarak Yörüklerden oluşmaktadır. Bu nedenle Türkiye'de pek çok bölgede yörük festivallerinin düzenlendiğini görmek mümkündür. Muğla'da gerçekleştirilen Geleneksel Yörük-Türkmen Şenliği bunlardan biridir. Bu şenliğe katılanlar üzerinde yapılan bir araştırmada bir destinasyonda gerçekleştirilen festival, şenlik vb. etkinliklerin, bölgede yaşayan yerel halk üzerinde etkileri olduğu ifade edilmiştir (Yılmaz ve Esen, 2017: 580). Konar-göçer Sarıkeçili Yörükleri arasında yapılan bir yıllık antropolojik alan araştırmasına, araştırma sırasında ve sonrasında iştirak edilen şenliklere ve görüşülen kişilerin aktardığı bilgilere dayanan bir çalışma, yörük şenliklerinde hatırlanmak istenen göçer kültür ve bu kültürün genç nesillere aktarılma biçimini ele almıştır (Horzumlu, 2017: 239). Bu bağlamda kültürel miras turizminden bahsedilebilir. Bu turizm çeşidinin içerisinde tarihi alanlar, anıtlar, el sanatları, yöreye özgü kültürel performanslar, festivaller vs. önemlidir (Tören vd., 2012: 73). Kültürel anlamda Antalya'dan uzak olmayan ve Antalya'nın coğrafik komşusu olan Isparta'daki festivallerin kültür turizmi bağlamında değerlendirildiği çalışmada festivaller, gıda festivalleri, anma kutlamaları, yayla şenlikleri, kültür-sanat-turizm ve diğer kutlamalar olmak üzere dört grupta toplanmıştır (Göde ve Yiğit, 2017: 62-63). Kültürel olarak benzer festivaller Antalya bölgesinde de görülmektedir. Çalışmada tüm bu ifade edilen özellikler doğrultusunda bir destinasyon markası olarak Antalya şehrindeki etkinlikler değerlendirilmiştir.

4. Destinasyon Markası Olarak Antalya

Bir bölgenin kültürel ve tarihi mirası, doğal dokusu, kendine özgü yöresel özellikleri etkinlik turizmi ve destinasyon pazarlaması açısından önemlidir. Bunlar hem tanıtılacak unsurlar olarak düşünülebilir hem de özellikle yerel

bölgelere ziyaretçilerin gelmesiyle o bölgeleri canlandırabilir ve kalkınmasına katkıda bulunabilir.

Turizmin büyümesinin eşsiz yerleri keşfetmeye ve unutulmaz anılar yaratmaya odaklanan faaliyetlere bağlı olacağına dair işaretler, turizmi doğal, kültürel ve tarihi kaynaklara dayanan Antalya'ya fırsatlar sunmaktadır. Antalya, geceleme, yatak kapasitesi ve turizm işletmesi sayısındaki değer artışlarında Türkiye'nin önde gelen turizm şehridir. Uluslararası turizm pazarı için eşsiz fırsatlar sunan şehir, Türkiye'nin döviz birikiminde en büyük paya sahiptir. Kalkan'dan Gazipaşa'ya kadar 640 km sahil şeridinde sahip olan Antalya'da yılda 300 güne kadar güneşli gün sayısına ulaşmak mümkündür (Aysen vd. 2016: 23). Türkiye'nin 5. büyük şehri ve turizm başkenti olarak ifade edilen Antalya, yurtdışından gelen ziyaretçiler kadar yerli ziyaretçilerin de ilgisini çekmektedir.

Şehirde tarihi, kültürel ve doğal yerlerden bazıları şu şekildedir: Batık Şehir Kekova, Aspendos Roma Tiyatrosu, Olimpos Antik Kenti, Aziz Nikolaos Kilisesi, Myra, Patara Plajı, Saklıkent Kayak Merkezi, Köprülü Kanyon Ulusal Parkı, Kurşunlu Şelalesi, Altınbeşik Mağarası, Damlatay Mağarası, Alanya Kalesi. Şehirde sadece merkezinde değil pek çok ilçesinde dağılmış vaziyette bu tarihi ve kültürel dokuya rastlanmaktadır.

Antalya'nın destinasyon olarak en büyük avantajlarından bir tanesi çeşitli beklentileri karşılayabilme potansiyelidir. Antalya'da pek çok otel bulunmakta ve bu oteller genellikle sahil şeridinde yer almaktadır. Bu anlamda Antalya, sahil turizmi talep eden ziyaretçilere uygundur. Bununla birlikte trekking ve doğa yürüyüşü yapmak isteyenler için Likya yolu, Torosların çeşitli yerleri ve yaylaları mevcuttur. Rafting, yamaç paraşütü, kaya tırmanışı yapılabilecek yüksek tepeler, dağlar ve derin vadiler ayrıca büyük mağaralar bulunmaktadır. Ek olarak Saklıkent Kayak Merkezi'nde kayak yapma imkânı bulunmaktadır. Bu doğal unsurlara artı olarak tarihi kaleler, antik tiyatrolar, batık şehir ve kral mezarlıkları gibi tarihi gezi yapmayı tercih eden ziyaretçiler için de uygundur. Şehirden çok kırsalda vakit geçirmek, etnik ve yöresel dokuyu tanımak isteyen ziyaretçiler için her bir ilçenin kendine has yapısı, ürünleri ve kendine özgü etkinlikleri mevcuttur. Yörük kültürünün izlerini de Antalya'da görmek mümkündür. Tüm bu çeşitlilik Antalya'ya düzenlenebilecek etkinlikler açısından da benzersiz fırsatlar sunmaktadır. Şehrin çeşitliliği adeta etkinliklere yansımıştır.

2022 yılında turizm yazılı basınında yer alan Türkiye'deki festivaller araştırılmış ve en çok düzenlenen festival türlerinin gastronomi, kültür-sanat ve müzik olduğunu tespit edilmiştir. Ek olarak festival haberlerinin en fazla Antalya, İstanbul ve Adana illerinde olduğunu ortaya çıkmıştır. Ayrıca, festival içerikleri ve festivallerin turizm üzerindeki etkileri temaları çerçevesince en çok öne çıkan alt temalar: festival programları, festival türleri, davet edilen yerli ve yabancı

festival konukları, turist/ziyaretçi sayısında artış, destinasyon tanıtımı, pazarlama faaliyetlerinde artış, somut ve soyut kültürel mirasın sürdürülebilirliği olmuştur (Tekeli, 2023: 42). Anlaşılacağı gibi Antalya gerek sahip olduğu doğal, kültürel ve tarihi kaynaklar gerekse etkinlikleri açısından Türkiye'nin önde gelen turizm merkezlerindendir. Etkinlikler destinasyon pazarlamasının önemli bir bileşeni haline gelmiştir (Kim ve Chalip, 2004: 695). Bu çalışmada etkinlik turizmi ve pazarlaması kapsamında bir destinasyon markası olarak Antalya'nın sadece etkinliklerine odaklanılmıştır.

4.1. Antalya Etkinlikleri

Antalya'da etkinlik turizmi bağlamında etkinlikler Getz ve Page'in (2016: 594) sınıflandırması dikkate alınarak, kurumsal pazarlama etkinlikleri (hükümet veya politika ile ilgili etkinlikler, fuarlar veya sergiler gibi iş etkinlikleri), spor etkinlikleri, festivaller ve diğer kültürel kutlamalar ve eğlence etkinlikleri kapsamında ele alınmıştır.

Antalya'da, fuarlar, festivaller ve yayla şenliklerinin turizme katkılarının önemini kavrayan yerel yönetimler, organizasyonları etkin bir şekilde desteklemektedir. Antalya'da, yetiştirilen bir ürünün tanıtımını amaçlayan ve ekonomik kaygılar taşıyan festivallerin (İbradı Üzüm Festivali, Çığlık Nar Festivali vb.) yanında, tamamen kültürü tanıtmaya yönelik festivaller de (Altın Portakal Film Festivali, Uluslararası Antalya Kum Heykel Festivali, Kumluca Deve Güreşleri Festivali, Uluslararası Kaş Likya Kültür ve Sanat Festivali, Elmalı Yeşil Yayla Güreşleri, Abdal Musa Şenlikleri, Barış Suyu Kültür ve Turizm Manavgat Festivali, vb.) bulunmaktadır (Sarı, 2016: 96). Özellikle uluslararası etkinlikler medyada geniş yer bulmakta ve Antalya'ya kazanımlar sağlamaktadır.

Uluslararası Antalya Kum Heykel Festivali'ne yönelik algının incelendiği bir çalışmada festivali ilk kez ziyaret edenlerin festivali daha önce ziyaret edenlere göre daha olumlu algıya sahip oldukları; aynı zamanda yabancı katılımcıların yerli katılımcılara göre daha olumlu bir algıya sahip oldukları tespit edilmiştir. Ek olarak festival algısının festivali başkalarına tavsiye etme ve tekrar ziyaret etme niyeti üzerinde etkili olduğu bulunmuştur (Öztürk ve Yumuk, 2016: 123).

Antalya etkinlikleri ile ilgili yapılan diğer bir araştırma, etkinliklere katılanlarının %55'ten fazlasının sürekli olarak bu tür etkinliklere katıldığını tespit etmiştir. İlk defa etkinliklere katılanların oranı %35'ten fazla bulunmuştur. Bulgular katılımcıların etkinliklere yönelik ilgisini kanıtlamaktadır. Katılımcıların bu tür etkinliklere katılma sebepleri içinde ilk sırayı eğlence (%59.6) isteği almaktadır. Ayrıca katılımcıların %94.2'si Antalya'daki diğer fuar, festival ve şenliklere de katıldıklarını belirtmişlerdir. Ek olarak şehirdeki

fuvar, festival ve yayla şenliklerinden birçoğunu bildikleri tespit edilmiştir. Etkinlik katılımcılarının ilgisini en çok konserler (%26,9) çekmektedir. Katılımcılara göre en büyük eksiklik park alanının yetersizliğidir (%34.6). Tüm eksiklerine rağmen katılımcıların %84.6'sı etkinliğe tekrar gelmek istediklerini ifade etmişlerdir (Sarı, 2016: 108-109). Araştırma Antalya için etkinliklere katılma potansiyelin ne derece yüksek olduğunu göstermektedir. Bu durum, potansiyel şehir markası olarak Antalya'ya fırsatlar sunduğu gibi ilçelerine de benzer markalaşma fırsatları sunmaktadır. Her ilçenin kendi kültürü, tarihi ve etnik yapısı çerçevesince değişik özelliklere sahip olması muhtemeldir. Antalya coğrafyası açısından hem sahil-plaj hem de Torosların sunduğu dağ ve yayla imkânlarına sahiptir. Bu durum Antalya'ya farklı beklentilere sahip turistleri destinasyona çekebilmesi açısından avantajlı bir konum sağlamaktadır.

Bu araştırma bağlamında kurum ve kuruluşlar tarafından planlı olarak oluşturulmuş etkinlikler ele alınmıştır. Çiçek ve Çocuk temalı Botanik EXPO Fuarı (2016) gibi uluslararası büyük tek seferlik fuarların da yapıldığı Antalya şehrinde T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı 2023 yılı verilerine göre 97 tane etkinlik tanımlanmıştır. Bu etkinliklerin çoğunluğu, Antalya merkez ilçelerinin toplam etkinlik sayılarını geride bırakarak Alanya ilçesinde gerçekleşmektedir. Antalya'da 5'i merkez ilçe olmak üzere toplam 19 ilçe bulunmaktadır. Alanya ilçesi 97 etkinliğin 21 (%21.6) tanesine ev sahipliği yapmaktadır. Buna karşılık 5 tane merkez ilçenin toplamında 14 etkinlik (%14,4) görülmektedir. Bir diğer dikkat çeken ilçe yine nüfus olarak büyük olmamasına rağmen 15 etkinliğe (%15.5) ev sahipliği yapan Kemer ilçesidir. Özellikle turistik olan ve yoğun otellerin bulunduğu bu iki ilçe, aynı zamanda yerleşik yaşayan yabancı uyruklu kişilerin de yoğun olduğu bölgelerdir. Bu durum, turizm açısından yoğun olan bölgelerin etkinlikler açısından daha aktif olduğunu göstermektedir. Küçük bir nüfusu olmasına rağmen İbradı ilçesi nüfusuna kıyasla oldukça aktif bir ilçe olarak görülmektedir. Buna göre nüfus büyüklüğüne göre sıralanmış ilçelerin etkinlik sayıları Tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo1: Antalya’da İlçelerine Göre Etkinliklerin Dağılımı

	İlçeler	Etkinlik Sayıları	Yüzde	İlçe Nüfusları
1	Merkez	14	%14.4	1.496.881
2	Alanya	21	%21.6	364.180
3	Manavgat	7	%7.2	252.941
4	Serik	3	%3.1	139.545
5	Kumluca	4	%4.1	73.496
6	Kaş	6	%6.2	62.866
7	Korkuteli	2	%2.1	56.285
8	Gazipaşa	2	%2.1	53.702
9	Finike	5	%5.1	49.720
10	Kemer	15	%15.5	49.383
11	Elmalı	4	%4.1	40.774
12	Demre	2	%2.1	27.691
13	Akseki	7	%7.2	10.477
14	Gündoğmuş	-	%0	7.188
15	İbradı	5	%5.1	2.875
	Toplam	97	%100	2.688.004

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2023 ve TÜİK, 2022

Antalya etkinlik türleri açısından Tablo 2’deki şekilde sınıflandırılmıştır. Bu bağlamda Antalya’da en çok spor etkinlikleri (%25.8) gerçekleştirilmektedir. Spor etkinliklerinin içerisinde koşu ve yüzme maratonları, bisiklet turnuvaları, hentbol turnuvaları, basketbol turnuvaları, futbol turnuvaları, tenis turnuvaları gibi spor dalları yer almaktadır. Ayrıca, triathlon, motorsiklet yarışları ve dalış etkinlikleri de listeye dahil edilmiştir. Ardından %21.6 oranla kültür-sanat etkinlikleri gelmektedir. Kültür-sanat etkinlikleri olarak caz, piyano ve gitar festivalleri ile taş heykel sempozyumu ve kum heykel festivali, halk dansları festivali, tiyatro festivali ve diğer kültür-sanat festivalleri bulunmaktadır. Serik Uluslararası Aspendos Opera ve Bale Festivali ile Antalya Uluslararası Film Festivali de bu kapsamda yer almaktadır. Üçüncü sırada %19.6 oranla Osmanlı-Türk kültürü ile ilgili etkinlikler yer almaktadır. Osmanlı-Türk kültürü etkinliklerinde yoğun olarak yörük kültürü etkinlikleri ve yağlı güreş etkinlikleri bulunmaktadır. Bu kategoride yer alan 19 etkinliğin 11 tanesi yağlı güreşlerdir. Yörük Göçü ve Kervan Günü gibi etkinlikler de bulunmaktadır. Antalya’da

etkinlik yoğunluğu açısından dördüncü sırada tarım-gıda-bitki gibi toprakla ilgili etkinlikler (%15.5) bulunmaktadır. Tarım-gıda-bitki ile ilgili etkinliklerde tarım fuarlarının yanı sıra nar, karpuz, portakal, keşkek, ayran, üzüm, balık ve kardelen festivalleri yer almaktadır. Gıda olarak en fazla üzüm ardından nar meyvesine yönelik festivaller çoğunluktadır. Dini etkinlikler (%9.2) altında ramazan şenlikleri, toplu sünnet şölenleri, dervişleri anma etkinlikleri, Noel Baba ve Noel’le ilgili etkinlikler yer almaktadır. Mevsim şenlikleri ve diğer festivaller kategorisinde (%8.3), yaz ve bahar şenlikleri çoğunluktadır. Saklıkent Kar Şenliği de bu kapsamdadır.

Tablo 2: Antalya’da Türlerine Göre Etkinliklerin Dağılımı

	Etkinlik Sayısı	Yüzde
Spor Etkinlikleri	25	%25.8
Kültür-Sanat Etkinlikleri	21	%21.6
Osmanlı-Türk Kültürü Etkinlikleri	19	% 9.6
Tarım-Gıda-Bitki Etkinlikleri	15	%15.5
Dini Etkinlikler	9	%9.2
Mevsim Şenlikleri ve Diğer Festivaller	8	%8.3
Toplam Etkinlik Sayısı	97	%100

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2023.

Kapsamları açısından Antalya etkinlikleri ulusal ve uluslararası olarak değerlendirildiğinde, etkinliklerin %17,5’si uluslararası statüsündedir. Bunlardan pek çoğu (9 etkinlik) kültür-sanat etkinliğidir. Spor etkinlikleri uluslararası etkinlikler kapsamında ikinci sırada en fazla gerçekleştirilen etkinliklerdir. Toplam 9 uluslararası etkinlik ile en çok etkinlik Alanya ilçesinde gerçekleştirilmektedir. Uluslararası etkinliklerin en uzun soluklusu 60. Antalya Altın Portakal Film Festivali’dir. Hemen ardından 32. yılında olan Uluslararası Alanya Triatlon’u gelmektedir. Uluslararası Aspendos ve Bale Festivali ise 30. yılındadır. 2023 yılında Kemer 16. Uluslararası Sualtı Günleri’nin 22.’si, Uluslararası Kemer Paris 2 Batığı Dalış Etkinliği’nin 17.’si gerçekleştirilmiştir. Uluslararası Antalya Piyano Festivali bu yıl 23. etkinliğini gerçekleştirecektir. 21. Alanya Uluslararası Turizm ve Sanat Festivali, 18. Alanya Uluslararası Caz Günleri, 18. Alanya Uluslararası Taş Heykel Sempozyumu ve 18. Uluslararası Antalya Kum Heykel Festivali diğer önde gelen etkinliklerdendir.

Ulusal etkinliklerde ise bu yıl 671.’si gerçekleştirilecek olan Tarihi Elmalı Yeşil Yayla Yağlı Pehlivan Güreşleri bulunmaktadır. Bu etkinlik 662. Kırpınar Yağlı

Güreşleri'nden daha eski bir etkinlik olarak Türkiye'de kendi alanında oldukça önemli bir etkinliktir. Antalya açısından bir diğer önemli ulusal etkinlik 2023 yılında 58.'si gerçekleştirilecek olan Cumhurbaşkanlığı Türkiye Bisiklet Turu'dur. Ülke genelinde toplam 8 etaptan oluşan bu etkinliğin Alanya-Antalya ve Kemer-Kalkan arasında iki etabı Antalya'da gerçekleştirilmektedir.

Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın resmî sitesinde olmamakla birlikte Antalya'da 2023 yılı içerisinde gerçekleşeceği beyan edilen bazı etkinlikler de bulunmaktadır. Ancak sınıflandırma resmi kaynaklara göre yapılmıştır. Bu etkinliklerden bazıları ve etkinlik yerleri şunlardır (Festivall, 2023): Olimpos Gökyüzü ve Bilim Festivali (Kumluca), Antalya Cityfest'23 (Muratpaşa), Antalya Coffee Fest (Muratpaşa), 8. Uluslararası Güneşin Evi Türkiye Festivali (Kemer), Toroslar Günnercik Yayla Şenliği (Gazipaşa), Elmalı Eskihişar Köyü Domates Festivali (Elmalı), İpar Güllü Yörük Oyunları Kültür Şenliği (Alanya), Uluslararası Karadeniz Kültür Günleri (Konyaaltı), Geleneksel Tarhana Şenliği (Korkuteli), Antik Side Liman Harbour Festivali (Manavgat), Gümüşkavak Kızılova Yayla Şenlikleri (Alanya), Uluslararası Gökyüzü Gözlem Etkinliği (Korkuteli), Korkuteli Küçükklü Mahallesi Geleneksel Barbunya Şenliği (Korkuteli), Konyaaltı Spor Şenliği (Konyaaltı), Fanta Fest Antalya (Muratpaşa), Geleneksel Veteranlar Badminton Şenliği (Konyaaltı), 7. Kültür Sanat ve Bal Şenliği (Gündoğmuş), Hobi Fest (Konyaaltı), Antalya Akra Caz Festivali (Muratpaşa), Colorist Fest Alanya (Alanya), Alanya Tropikal Meyve Festivali (Alanya), 17. Uluslararası İşçi Filmleri Festivali (Konyaaltı), Antalya Acro Yoga Festivali (Kumluca), Uluslararası Meze Festivali (Muratpaşa), Yörex Yöresel Ürünler Fuarı (Aksu), Antalya Bilim Festivali (Kepez), Kaleiçi Old Town Festivali (Muratpaşa), Olimpos Kaya Tırmanışı Festivali (Kumluca), Uluslararası Food Fest Gastronomi Festivali (Muratpaşa), J-Fest Türkiye Jonglörülük Festivali (Kemer).

Belirtilen etkinliklerden bazılarının tarihlerinin kesinleşmediği görülmüştür. Ancak resmi kaynaklar dışında bu kadar etkinlik olması Antalya etkinlikleri açısından memnun edici olmakla birlikte etkinliklerle ilgili bilgilendirme karmaşası olduğunu göstermektedir. Bazı belediyelerin resmî web sitelerinde hiçbir etkinliğe ulaşamamıştır. Dolayısıyla etkinlikler afişler gibi açık hava tanıtım faaliyetleri ile duyuruluyor veya kulaktan kulağa yayılıyor görünmektedir. Yerel yönetimlerin etkinliklerini daha geniş bir platformda tanıtmaya ihtiyacı olduğu görülmektedir. Bu doğrultuda internet üzerinden yapılacak tanıtım faaliyetleri geniş kitlelere erişmeyi sağlaması açısından önemlidir. İnternet etkinlik sırasında ve etkinlik sonrasındaki paylaşımların yapılması için de etkili bir platform zemini sunmaktadır. Özellikle internet üzerinden ve tek bir resmi kaynaktan bu etkinliklerin bilgisini aktarabilmek gerektiği düşünülmektedir. Özellikle yerel kültürlerle ilgili festivaller, neredeyse sadece o bölge insanının erişebileceği şekilde tanıtılmaktadır. Ancak farklı yerel özellikler keşfetmek isteyen yerli ve yabancı ziyaretçiler dikkate alınmalıdır.

Günümüzde otantik ve kırsal keşifler yapmak isteyen turist segmentinin olduğu ve bu konuda talebin giderek büyüdüğü bilinmektedir. Son yıllarda turistler sakin, huzurlu, doğa ile iç içe ve yerel tatlar deneyimleyerek de tatil yapmayı istemektedirler. Bu açıdan Antalya zengin bir kaynağa sahiptir. Yerel festivaller bu anlamda geniş bir tanıtım ağına ulaşabilirse kırsal turizmi de destekleyecektir.

Etkinlikler turizm potansiyelini artırma işlevinin yanı sıra yerel halkı ve katılımcıları bir konu hakkında bilinçlendirmek, ürünlerden haberdar etmek, pozitif deneyimler yaşatmak ve bilgilendirmek amacı da taşıyabilmektedir. Örneğin Antalya golf turizmi açısından yüksek bir potansiyele sahiptir. Golf sporu ile ilgili daha fazla etkinlik yapılması şehrin bu olanağının da vurgulanmasını ve bu sporun yerel halk tarafından deneyimlenmesini sağlayabilir.

Antalya, Getz ve Page (2016) tarafında kurumsal pazarlama etkinlikleri olarak ifade edilen hükümet veya politika ile ilgili etkinlikler, fuarlar veya sergiler gibi iş etkinlikleri konusunda da giderek gelişmektedir. Antalya toplantılar, teşvikler, kongre ve sergi endüstrisi (MICE) olarak tanımlanan (Tinnish ve Mangal, 2012: 227) etkinlikler ile ilgili de iddialı bir duruş sergilemektedir. 2022 yılında 10. ACE of MICE etkinliği ile ulusal ve uluslararası 120'den fazla kurumsal firma; katılımcı otel, acenta, turizm ve etkinlik sektörü profesyoneli ile 3 gün boyunca 5000'in üzerinde B2B toplantı gerçekleştirmiştir ve ödül töreninde sektörün en iyileri ödüllendirilmiştir (Turizmhaberleri, 2022). Ek olarak, 2023 yılında 3.'sünün düzenlenmesi beklenen Antalya Diploması Forumu'na devlet ve hükümet başkanları, bakanlar, kanaat önderleri, diplomatlar, iş insanları, akademisyenler, düşünce kuruluşları ve medya temsilcileri ile gençler katılım sağlayabilmektedir (Türkiye Cumhuriyeti İletişim Başkanlığı, 2022). Diploması, politika ve ticaret konuları etrafında şekillenen bu üst düzey toplantının, uluslararası anlamda da önemli olması Antalya açısından kazanımlar sağlayacaktır.

SONUÇ

Etkinlikler tüm ifade edilen önemleri nedeniyle özellikle bir destinasyon için kritik ve stratejik faaliyetler olarak görülmelidir. Etkinlikler yerel yönetimler, sponsorlar, katılımcılar, medya mensupları gibi farklı grupları bir araya getirmesi ve karşılıklı iletişim fırsatı sunması açısından daha fazla dikkate alınmalıdır.

Antalya etkinlikleri çeşitlilik ve sayı açısından (spor, kültür-sanat, tarım-gıda gibi) yeterli görülse de tanıtımları açısından eksiklikler olduğu tespit edilmiştir. Antalya etkinliklerine dair özellikle internet kaynaklarında birden fazla web sitesinde farklı sayılarda etkinliklerle karşılaşmıştır. Resmi kaynakların ise güncellenmediği ve bazı etkinliklerin yer almadığı görülmektedir. Her etkinliğin genellikle sadece kendi bölgelerindeki yerel yönetimlerin web sitelerinde yer alması ve bakanlık web sitesinde yer alan bazı etkinliklerin belediyelerin web sitelerinde olmaması gibi

sıkıntılar, Antalya ile ilgilenen bir ziyaretçinin doğru bilgiye erişimini zorlaştırmaktadır. Özellikle yerel kültürlerle meraklı, macera sever ve kırsal bölgeleri görmek isteyen ziyaretçiler için kullanıcı dostu olan, tek bir kaynaktan erişim sağlayan bağlantılar oluşturulmalıdır. Bu noktada sadece web siteleri değil, aktif sosyal medya paylaşım platformları oluşturulmalı ve hem yerel halk hem de potansiyel ziyaretçiler için bu etkinlikler güncel olarak duyurulmalıdır. Bunun için sosyal medya yönetim ekibi oluşturulması tavsiye edilmektedir.

Etkinliklerin fon bulmak, düzenlemek, tanıtmak, gerçekleştirmek ve etkisini ölçmek süreçlerini ele alan etkinlik yönetimi sistemi oluşturulmalıdır. Etkinlik sürecinde etkinliğin kendisi önemli olduğu kadar ulaşım, konaklama, park yeri sorunları gibi katılımcıların memnuniyet düzeylerini düşürebilecek olası sorunları önceden plânlamak da önemlidir; önceden düşünülmeli ve gerekli önlemler alınmalıdır.

Etkinlikler kuracakları deneyim köprüsü ile hedef kitlelerle duygusal bağlar kurmayı ve bu bağları güçlendirmeyi sağlayabilir. Bu durum etkinlikten memnun ayrılan katılımcıların bölgeyi yeniden ziyaret etme, bölgede daha çok deneyim yaşama ve bölgeyi yakınlarına tavsiye etme niyetini artırabilir. Talep uyandıran büyük etkinlikler bölgenin ulusal ve uluslararası medyada yer almasını sağlayarak potansiyel ziyaretçilerin artırılmasını sağlayabilir. Bölge imajını güçlendirebilir. Tüm bu etkiler destinasyonun bir marka haline gelmesine yardımcı olacaktır. Belirtildiği gibi, destinasyon markalama o şehri veya bölgeyi temsilen bir logo oluşturmaktan çok daha fazlasıdır. Plânlı ve stratejik çabalarla şekillenecek bir destinasyon markası bölgesel ekonomik kalkınma için büyük destek olacaktır. Bu anlamda kısa dönemli geçici etkinlikler ile uzun ömürlü etkinlik turizmi çalışmaları arasındaki stratejik farklılığı dikkate almak gerekmektedir. Günümüzde uluslararası bir şehir markası haline gelmiş pek çok şehir, plânlı bir destinasyon markalama sürecinden geçmektedir. Bu anlamda etkinlik turizmi destinasyon için markalaşma kapısını açabilecek anahtarlardan biri olarak görülmektedir. Güçlü bir marka imajına sahip destinasyonlar da turizmi destekleyecektir.

Destinasyon olarak Antalya doğal, tarihi ve kültürel özellikleri ile yüksek turizm potansiyeline sahip bir şehirdir. Antalya macera turizmi, kırsal turizm, eko-turizm, alternatif turizm, golf turizmi, kültürel miras turizmi gibi turizm türleri için de potansiyel bir pazardır. Ancak şehrin sadece deniz-plaj aktivitelerinden ibaretmiş gibi görünmemesi adına şehrin dokusal çeşitliliğini barındıran etkinliklerin stratejik etkinlik yönetimi bakış açısıyla düzenlenmelerine ve tanıtılmalarına ihtiyaç vardır.

KAYNAKÇA

1. Altunbaş, H. (2011). Pazarlama İletişimi ve Etkinlik (Event) Pazarlaması “Müzik Eğlence Etkinliğinin Marka İletişimine Etkisi”. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi| Istanbul University Faculty of Communication Journal*, (34), 23-36.
2. Aysen, E., Tayfun, A., & Güral, F. N. (2016). A Study on the Evaluation of Mainly Touristic Attractions of Attractions of Antalya, the Tourism Capital of Turkey. *International Journal of Business and Management Studies*, 5(2), 23-30.
3. Behúnová, A., Behún, M., & Knapčíková, L. (2022). Using Industry 4.0 Tools in the Implementation of Modern Event Marketing. *Mobile Networks and Applications*, 1-7.
4. Breukel, A., & Go, F. M. (2009). Knowledge-based network participation in destination and event marketing: A hospitality scenario analysis perspective. *Tourism Management*, 30(2), 184-193.
5. Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism management*, 21(1), 97-116.
6. Chalip, L., & Costa, C. A. (2005). Sport event tourism and the destination brand: Towards a general theory. *Sport in society*, 8(2), 218-237.
7. Crowther, P. (2010). Marketing space: a conceptual framework for marketing events. *The Marketing Review*, 10(4), 369-383.
8. Crowther, P., & Donlan, L. (2011). Value-creation space: The role of events in a service-dominant marketing paradigm. *Journal of Marketing Management*, 27(13-14), 1444-1463.
9. Çoban, M., & Seda, Sür. (2018). Destinasyon markalaşmasında festival turizminin rolü: Alaçatı ot festivali üzerine bir araştırma. *International Journal of Contemporary Tourism Research*, 2(1), 58-67.
10. Dalgın, T., Atak, O., & Çeken, H. (2016). Festivallerin Bir Kırsal Turizm Çekiciliği Olarak Önemi. *Journal of International Social Research*, 9(47), 1179-1184.
11. Festivall, (2023). <https://festivall.com.tr/> (E.T. 10.08.2023).
12. Finney, R. Z., Lacey, R., & Close, A. G. (2011). Event marketing and sponsorship: Lessons learned from the Tour de Georgia Cycling Races. *In Consumer Behavior Knowledge for Effective Sports and Event Marketing* (pp. 295-320). Routledge.
13. Ford, R. C., & Peeper, W. C. (2007). The past as prologue: predicting the future of the convention and visitor bureau industry on the basis of its history. *Tourism Management*, 28(4), 1104-1114.

14. Getz, D. (2004). *Event management and event tourism*. University of Calgary, Canada.
15. Getz, D., & Page, S. J. (2016). Progress and prospects for event tourism research. *Tourism management*, 52, 593-631.
16. Göde, H. A., & Yiğit, G. (2017). Isparta Yöresi Festivallerinin Kültür Turizmi Ve Ekonomisi Bağlamında Değerlendirilmesi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (38), 61-71.
17. Gupta, S. (2003). Event marketing: Issues and challenges. *IIMB Management Review*, 15(2), 87-96.
18. Gül, K., Erdem, B. & Gül, M. (2013). Yerel Festivallerin Etkinliğine Bağlı Ziyaretçi Kazanımları: Sındırgı Yağcıbedir Festivali Örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(2), 213-239.
19. Hankinson, G. (2001). Location branding: A study of the branding practices of 12 English cities. *Journal of brand management*, 9, 127-142.
20. Harb, A. A., Fowler, D., Chang, H. J., Blum, S. C., & Alakaleek, W. (2019). Social media as a marketing tool for events. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 10(1), 28-44.
21. Henderson, J. C., Foo, K., Lim, H., & Yip, S. (2010). Sports events and tourism: The Singapore formula one grand prix. *International Journal of Event and Festival Management*, 1(1), 60-73.
22. Higham, J., & Hinch, T. (2002). Tourism, sport and seasons: the challenges and potential of overcoming seasonality in the sport and tourism sectors. *Tourism management*, 23(2), 175-185.
23. Horzumlu, T. A. H. (2017). Yörük Kültürünü Tanıtmak: Dernekleşme Faaliyetleri Ve Yörük Şenlikleri. *Türkiyat Mecmuası*, 27(2), 239-255.
24. İlban, M. O., & Kömür, T. (2019). Destinasyon markalaşmasında festival turizminin rolü: Ayvalık uluslararası zeytin hasat günleri örneği. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 16(2), 274-295.
25. Jin, X., & Cheng, M. (2020). Communicating mega events on Twitter: Implications for destination marketing. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 37(6), 739-755.
26. Kim, N. S., & Chalip, L. (2004). Why travel to the FIFA World Cup? Effects of motives, background, interest, and constraints. *Tourism management*, 25(6), 695-707.
27. Kotler, P. & Armstrong, G. (2010) *Principles of Marketing*, 13th edn. Upper Saddle River, NJ: Pearson.

28. Krajičková, A., & Šauer, M. (2018). Differences in motivation of food festivals visitors—A view from the Czech Republic. *Geographica Pannonica*, 22(3), 189-200.
29. Kültür ve Turizm Bakanlığı, (2023). <https://antalya.ktb.gov.tr/TR-68175/festivalleretkinlikler.html> (E.T. 05.08.2023).
30. Lee, K. M., Lee, M. J., & Kim, H. J. (2009). A comparison of student and industry perceptions of the event management curriculum in Korea. *Journal of Hospitality, Leisure, Sports and Tourism Education*, 8(2), 60-73.
31. Li, H., Song, W., & Collins, R. (2014). Post-event visits as the sources of marketing strategy sustainability: a conceptual model approach. *Journal of Business Economics and Management*, 15(1), 74-95.
32. Liu, L., Zhang, J., & Keh, H. T. (2017). Event-marketing and advertising expenditures: The differential effects on brand value and company revenue. *Journal of advertising research*, 58(4), 464-475.
33. Mainolfi, G., & Marino, V. (2020). Destination beliefs, event satisfaction and post-visit product receptivity in event marketing. Results from a tourism experience. *Journal of Business Research*, 116, 699-710.
34. Martensen, A., Grønholdt, L., Bendtsen, L., & Jensen, M. J. (2007). Application of a model for the effectiveness of event marketing. *Journal of advertising research*, 47(3), 283-301.
35. McCartney, G., & Ip, D. S. K. (2018). Art festival attendance: Who attends and why with implications on developing future festival attractiveness. *Journal of Convention & Event Tourism*, 19(3), 268-285.
36. McCleary, K. W., Weaver, P. A., & Meng, F. (2005). Dance as a tourism activity: Demographics, demand characteristics, motivation, and segmentation. *Tourism Analysis*, 10(3), 277-290.
37. Öztürk, A., & Yumuk, Y. (2016). Uluslararası Antalya Kum Heykel Festivaline Yönelik Algının Başkalarına Tavsiye Etme Ve Tekrar Ziyaret Etme Niyeti Üzerine Etkisi. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6 (2), 123-139
38. Sarı, C. (2016). Antalya’da fuarlar, festivaller ve yayla şenliklerinin alternatif turizmin gelişmesindeki rolü. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(15), 95-111.
39. Smith, S., Costello, C., & Muenchen, R. A. (2010). Influence of push and pull motivations on satisfaction and behavioral intentions within a culinary tourism event. *Journal of quality assurance in hospitality & tourism*, 11(1), 17-35.

40. Sneath, J. Z., Finney, R. Z., & Close, A. G. (2005). An IMC approach to event marketing: The effects of sponsorship and experience on customer attitudes. *Journal of advertising research*, 45(4), 373-381.
41. Stadler, R. (2023). Pre-Event Marketing of Trail Running Events: Stories of People, Place and Experience. *Zeitschrift für Tourismuswissenschaft*, (0), 1-22.
42. Tekeli, K. (2023). What does the tourism print media say about festivals? A case study on the effects of festivals on tourism. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 6(1), 42-58.
43. Tinnish, S. M., & Mangal, S. M. (2012). Sustainable event marketing in the MICE industry: A theoretical framework. *Journal of Convention & Event Tourism*, 13(4), 227-249.
44. Tören, E., Kozak, N., & Demiral, G. N. (2012). Eskişehir'in kültürel miras varlıklarının korunmasında kamu kurumlarının rolü, *Aksaray Üniversitesi İİBF Dergisi*, 4(2), 69-88.
45. Turizmhaberleri (2022). <https://turizmhaberleri.com/2022/08/16/turizm-ve-etkinlik-sektorunun-devleri-10-ace-of-m-i-c-e-ile-antalyada/> (E.T. 11.07.2023).
46. Türkiye Cumhuriyeti İletişim Başkanlığı, (2022). <https://www.iletisim.gov.tr/turkce/duyurular/detay/antalya-diplomasi-forumu> (E.T. 08.08.2023).
47. Vel, K. P., Suhail, L., & Dokhan, A. (2014). Events marketing model of Dubai shopping festival. *Brazilian Journal of Marketing*, 13(6), 138-147.
48. Wohlfeil, M., & Whelan, S. (2006). Consumer motivations to participate in event-marketing strategies. *Journal of Marketing Management*, 22(5-6), 643-669.
49. Yeung, R. M., & Yee, W. M. (2010). Chinese New Year Festival: Exploring consumer purchase intention at the flower market in Macau. *International Journal of Hospitality Management*, 29(2), 291-296.
50. Yılmaz, E., & Esen, Ö. F. (2017). Muğla'da şenlik var: Geleneksel Yörük-Türkmen şenliği örneği. *The Journal of Academic Social Science*, 5(47), 564-582.
51. Zarantonello, L., & Schmitt, B. H. (2013). The impact of event marketing on brand equity: The mediating roles of brand experience and brand attitude. *International journal of advertising*, 32(2), 255-280.
52. Ziakas, V. (2013). Event portfolio planning and management: A holistic approach. Routledge.

8. Bölüm

Kuzeydoğu Anadolu Bölgesi Tarımsal Ürün Deseni Üzerine Bir İnceleme

Billur ENGİN BALIN¹

1 Dr. Öğr. Üyesi; İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi İktisat Bölümü. b.engin@istanbul.edu.tr, ORCID No:

ÖZET

GİRİŞ

İBBS 1 sınıflandırmasına göre Kuzeydoğu Anadolu Bölgesi, TRA1 (Erzurum, Erzincan, Bayburt) ve TRA2 (Ağrı, Kars, Iğdır, Ardahan) olmak üzere iki adet (düzey 2) alt bölgeden oluşmaktadır. Bölge coğrafi konumu nedeniyle tarih boyunca ticaret için geçiş noktası olma özelliği göstermiştir. Türkiye'nin batısını doğusuna, kuzeyini güneyine bağlayan bir kavşak olan bölge; Sibirya-Kafkaslar üzerinden gelen Kürk Yolu, Çin-Türkistan-İran'dan gelen İpek Yolu ve Hindistan-İran üzerinden gelen Baharat Yolu gibi ticaret kervan yollarının Anadolu'ya giriş kapısı olmuştur (KUDAKA, 2014a). Günümüzde de dört ülke (Gürcistan, Azerbaycan, İran ve Ermenistan) ile sınırı olması nedeniyle önemli bir konumda bulunmaktadır.

TÜİK'in 2020 verilerine göre, bölgenin gayri safi yurtiçi hasılası içinde tarımın payı Kuzeydoğu Anadolu Bölgesi için %23,5 iken, TRA1 alt bölgesinde bu oran %18, TRA2 alt bölgesinde ise %31 düzeyindedir. İstihdam verilerine bakıldığında ise, TRA1 alt bölgesi 2009 yılında %54 ile tarımın istihdamın en yüksek olduğu 3. alt bölge iken, 2020 yılında tarımsal istihdam oranı %35,3 olarak gerçekleşmiştir. TRA2 alt bölgesinde de benzeri bir düşüş görülse de 26 alt bölge içerisinde yıllar boyunca tarımsal istihdamın en yüksek olduğu alt bölge olma özelliğini korumaktadır. Bu alt bölgede, 2009 yılında tarımsal istihdam oranı %64,1 iken, 2020 yılında tarımsal istihdam oranı %51,6 olarak gerçekleşmiştir.



Türkiye'nin çatısı olarak da adlandırılan bölge, büyük bir bölümünü kaplayan dağlar nedeniyle yüksek ve engebeli bir yapıdadır. Türkiye'nin en yüksek volkanik kütleleri olan Ağrı, Süphan, Tendürek dağları ile Allahuekber ve Yalnızçam sıradağları bölge içerisinde yer alır. Bölge içerisinde farklılık gösteren iklim mikroklimalarına rastlansa da ülkemizin diğer bölgeleriyle karşılaştırıldığında, ortalama sıcaklığın en düşük, yıllık sıcaklık farkının ise en

yüksek olduğu bölge olma özelliğini taşımaktadır. Bir yandan ekilebilir arazinin az olması, diğer yandan sert ve uzun geçen kışlar, vejetasyon süresini kısaltarak yetiştirilen ürün sayısının ve çeşitliliğinin sınırlı olmasına neden olmuştur (Kara vd., 2008). Yüksek platolarda geniş otlak alanları bulunan bölgenin coğrafi yapısı, bitkisel üretimden ziyade hayvancılığı ön plana çıkartmıştır.

Bu çalışmanın ilk bölümünde, Kuzeydoğu Anadolu Bölgesinde yer alan tarımsal alanlar detaylı şekilde incelenmektedir. Söz konusu bölge için yem bitkileri özel bir önem arz etmektedir. Bu nedenle yem bitkileri üretilen alandaki değişim ayrı bir bölümde incelenmiştir. Son olarak alt bölgeler itibariyle tarımsal ürün deseninde yıllar içerisinde meydana gelen değişim gerekçeleri ile açıklanmaktadır.

1. KUZEYDOĞU ANADOLU BÖLGESİNİN TARIMSAL ALANLARI

Kuzeydoğu Anadolu Bölgesinde toplam tarımsal alanlar¹, 1995 yılında 1.322.643 hektar iken 2020 yılında 1.283.769 hektar olmuştur. Bu rakamlar, 25 yıl içerisinde toplam tarımsal alanlarda yaklaşık %3'lük bir daralmaya işaret etmektedir ki, bu oran hem Türkiye'deki tüm Düzey 1 bölgeleri dikkate alınarak yapılan sıralamada en düşük daralma oranıdır hem de Türkiye ortalaması olan %13,7'lik alan kaybının oldukça altındadır. Bahsedilen alan azalışı alt bölgeler itibariyle incelendiğinde ise daha ilginç bir durumla karşılaşılır: 1995-2000 döneminde, TRA1 alt bölgesinde tarımsal kullanım alanı yaklaşık 52 bin hektar (yaklaşık %10,1) artarken, TRA2 alt bölgesinde 91 bin hektar (yaklaşık %11,3) azalmıştır.

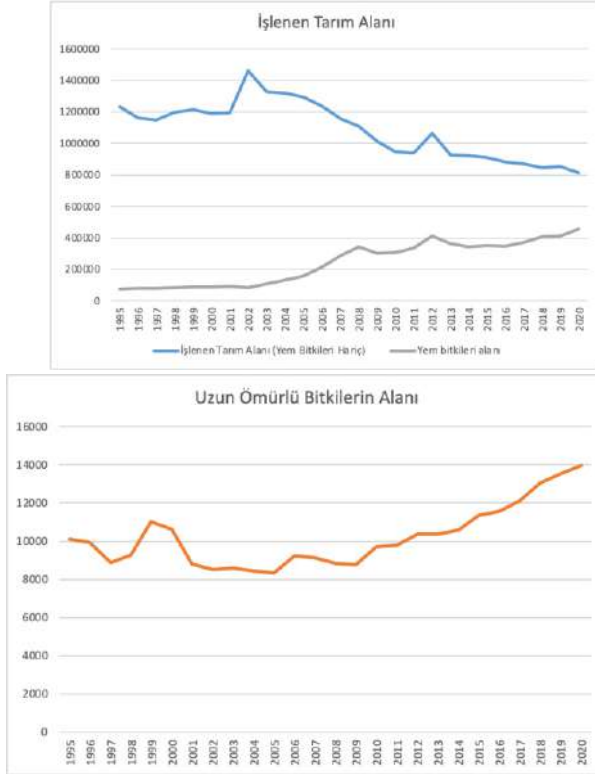
Şekil 1, 1995-2020 yılları arasında Kuzeydoğu Anadolu Bölgesinde toplam tarımsal alanları üç alt başlık özelinde göstermektedir²: (i) işlenen tarım alanı (yem bitkileri hariç), (ii) uzun ömürlü bitkilerin alanı ve (iii) yem bitkileri alanı. Grafikten görüldüğü üzere, yem bitkileri hariç tutulduğunda incelenen dönem içerisinde ciddi bir azalış kaydedilirken; yem bitkileri alanının artışı dikkat çekicidir. Bölgede, (yem bitkileri hariç) toplam işlenen tarım alanı 1995'te 1.234.499 hektar iken, 2020'de 813.638 hektar olmuştur. Bu da 25 yılda %34 oranında bir daralmaya işaret etmektedir. Diğer taraftan Türkiye'deki genel eğilim ile paralel şekilde Kuzeydoğu Anadolu Bölgesinde de yem bitkilerine ayrılan alanın çok ciddi bir artışa sahne olduğu görülmektedir. 1995 yılında yem bitkileri alanı 78.021 hektar iken, 2020 yılında neredeyse 5 katına çıkarak

¹ TÜİK bölgesel istatistiklerine göre **Toplam Tarımsal Alan=Toplam İşlenen Tarım Alanı + Toplam Uzun Ömürlü Bitkileri Alanı** şeklinde tanımlanmaktadır.

² TÜİK bölgesel istatistikleri içerisinde, **Toplam İşlenen Tarım Alanı= Ekilen + Nadas + Sebze + Süs Bitkileri**. Yem bitkilerinin alanı, bu alanlar içerisinde ekilen alan içerisinde olmakla birlikte, bölge özelindeki önemi nedeniyle grafiklerde ayrıca ele alınmıştır.

456.171 hektara yükselmiştir. Ancak Şekil 1’de de görülen yem bitkileri ekim alanlarında 2003 sonrası görülen sıçramanın TÜİK’in veri toplama yöntemi ile ilgili olma ihtimali de çok yüksektir.³ Toplam alan kullanımı içindeki payının çok düşük olması nedeniyle ayrı bir grafikte incelenen uzun ömürlü bitkilerin alanı da %38’lik bir artışla 1995’te 10.123 hektar iken 2020’de 13.960 hektara yükselmiştir.

Şekil 1: Kuzeydoğu Anadolu Bölgesinde Toplam Tarımsal Alan (Hektar)



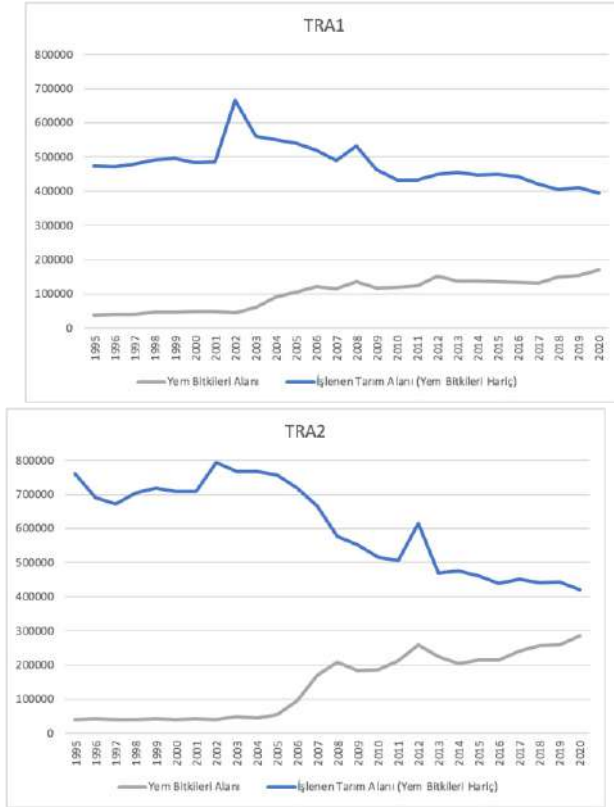
Kaynak: TÜİK Bölgesel İstatistikleri, [Link](#)

Düzey 2 alt bölgeler itibariyle bakıldığında ise, genel tablodan farklı bir durum ile karşılaşılır. 1995-2020 döneminde TRA1 alt bölgesinde toplam tarımsal alanlar %10 artarken, TRA2 alt bölgesinde ise %11,3 azalmaktadır. Şekil 2, alt

³ TÜİK bölgesel istatistikleri metaverisi içerisinde “2004’e kadar Mısır, Fiğ ve Burçakda dane ve ot alanları ortak olup, alan danede gösterilmiştir. 2004’ten itibaren dane ve ot alanları ayrılmış olup ot alanları yeşilotda gösterilmiştir” ifadesine yer verilmektedir. Veri toplama yöntemindeki bu değişimin toplam işlenen tarım alanına yansımaya dair bir açıklama yapılmadığından, tam bu yıldan itibaren görülen kırılmanın yöntem değişikliği ile yakından ilişkili olabileceği gözden kaçırılmamalıdır.

bölgeler itibariyle tarımsal alan dağılımındaki değişimi göstermektedir. TRA1 alt bölgesinde, 2020 yılında (1995 yılına göre) (yem bitkileri hariç) işlenen tarım alanları yaklaşık %17 azalırken, yem bitkileri alanı ise %346 artmıştır. TRA2 alt bölgesinde ise, aynı dönemde, (yem bitkileri hariç) işlenen tarım alanı yaklaşık %45 azalırken, yem bitkileri alanı 7 katına (%617 artış) çıkmıştır. Toplam tarımsal alan içindeki payı çok düşük olduğu için grafiğe eklenmeyen uzun ömürlü bitkilerin alanı ise TRA1 alt bölgesinde yaklaşık %3 azalırken, TRA2 alt bölgesinde ise %98 artmıştır. Bu verilerden hareketle her iki alt bölgede de yem bitkileri alanının arttığı ve bunun dışında kalan işlenen tarım alanının azaldığı trendi ortak nokta olsa da bu değişim trendinin TRA2 alt bölgesinde daha şiddetli şekilde yaşandığı sonucuna varılabilir. Diğer yandan TRA2 bölgesindeki uzun ömürlü bitkilerin artış oranı da dikkat çekicidir.

Şekil 2: Kuzeydoğu Anadolu Alt Bölgelerinde Tarımsal Alan Kullanımındaki Değişim



Kaynak: TÜİK Bölgesel İstatistikleri, [Link](#)

2. KUZEYDOĞU ANADOLU BÖLGESİNDE YEM BİTKİLERİ ALANINDAKİ DEĞİŞİM

Bölge özelinde, yem bitkileri alanındaki artışın bölgenin ana tarımsal üretiminin hayvancılık olması ile doğrudan ilgisi vardır. Kuzeydoğu Anadolu bölgesi, büyükbaş ve küçükbaş hayvan mevcudu açısından Türkiye'nin 12 (Düzyay 1) bölgesi içerisinde 1995 yılından bu yana hep ilk üç sıra içerisinde bulunmuştur. Büyükbaş ve küçükbaş hayvanların yem ihtiyacı temel olarak iki kaynaktan sağlanabilir: kaba yem ve karma yem. Kaba yem, doğal hali ile su içeriği %20'den az ve kuru maddeleri ham selüloz miktarı %18'den fazla olan yemlerdir (Harmanşah, 2018). Kaliteli kaba yem iki kaynaktan elde edilebilir: çayır ve meralar ile yem bitkileri tarımı. Yem bitkileri üretiminde gerek dünyada gerekse ülkemizde yonca ve silajlık mısır ön plana çıkmaktadır. Yonca; adaptasyon yeteneğinin yüksek olması, bir yılda birden fazla defa biçilmesi, protein oranının yüksek olması gibi nedenlerden dolayı tercih edilmekteyken, mısır ise yeşil aksamının fazla olması, karbonhidrat oranının yüksek olması, iyi silolanması gibi nedenlerle en çok tercih edilen silaj bitkisidir (Çağan ve Yüksel, 2016). Karma yemler ise, hububatlar, yağlı tohumlar gibi bitkisel üretimden ve değirmencilik, nişastacılık, şeker yan ürünleri, yağlı tohum küspeleri gibi gıda sanayiinden elde edilen ürünlerin hayvan ihtiyaçlarına göre işlenmesi ve son aşamada vitamin ve mineraller ile karıştırılması ile elde edilmektedir (Türkiye Yem Sanayicileri Birliği, 2019).

Türkiye Yem Sanayicileri Birliği tarafından hazırlanan raporda (2019) hayvancılığın geliştiği ülkelerde büyükbaş ve küçükbaş besi işletmelerinde kaba-karma yem kullanım oranı kaba yemler lehine daha fazla iken ülkemizde ise yeterince yağış alan bölgeler hariç karma yem lehine daha fazla olduğu belirtilmektedir. Örneğin, AB'de süt hayvanlarının enerji ihtiyacının %50'si çayır ve meralardan, %25'i kuru ot ve silajdan, %25'i ise karma yemlerden karşılanmaktadır (Yılmaz vd., 2020). Türkiye'de ise besi hayvanlarında karma yem kullanım oranının %60'lara ulaştığı belirtilmektedir. Bu karma yemlerin imalatında 50'den fazla ithal ara mal kullanılmakta; karma yemlerin toplam üretiminin %45'i (başta soya olmak üzere) ithal girdilerden oluşmaktadır. (Türkiye Yem Sanayicileri Birliği, 2019) Hayvancılıkta üretim maliyetinin %70'ini yem giderlerinin oluşturduğu dikkate alınırsa (Harmanşah, 2018), karma yem ağırlıklı beslenmenin, döviz kurundaki dalgalanmalara nedeniyle besi maliyetlerini ciddi oranda yükselttiği görülebilir. Bu genel değerlendirme, ülkemizde et fiyatlarındaki artışı açıklayan en önemli olgudur. Bu bağlamda da kaba yem üretimi sağlayan kaynakların önemi daha da artmaktadır.

Kuzeydoğu Anadolu Bölgesi Tarım Master Planına göre (2007) TRA bölgesi yaklaşık 3,8 milyon hektarlık çayır ve mera alanı ile ülkemizdeki çayır ve mera

alanlarının %26'sına sahiptir. Bölgede bulunan çayır ve mera alanlarının %74'ü Erzurum (TRA1), Erzincan (TRA1) ve Ağrı'da (TRA2) bulunmaktadır. Planda, bölgeye ait çayır ve meralarda yetişen bitkilerin yöreye uyum sağladığı fakat bölgede hüküm süren karasal iklim nedeni ile verimlerinin düşük olduğu belirtilmektedir. BÜGEM (2018) raporunda Türkiye'de çayır ve meralardan bölge bazında en fazla verimin Karadeniz (100 kg/da) ve Doğu Anadolu (90 kg/da) bölgelerinden elde edildiği belirtilmesine karşın, bölgesel kalkınma ajansları tarafından hazırlanan raporlarda da mera alanlarının fazlalığına rağmen bu alanlardan yeterince yararlanılamadığı ve hayvansal üretimde ihtiyaç duyulan yemin büyük oranda yem bitkileri üretimi ile karşılandığı belirtilmektedir (KUDAKA, 2014b, SERKA, 2014). Çayır ve meralardaki verim düşüklüğünün ana sebepleri, kurak iklim koşulları, yağış rejimindeki düzensizlikler, şehirleşme ve erken/aşırı otlatma⁴ olarak sıralanabilir (Türkiye Yem Sanayicileri Birliği, 2019, Özkan, 2020). 10. Kalkınma Planı Bitkisel Üretim Özel İhtisas Komisyonu Raporunda da (2014) hayvancılık sektörünün ihtiyaç duyduğu kaliteli kaba yemin karşılanması için yem bitkileri ve silaj üretiminin artırılması yanında, Türkiye'nin en önemli kaynaklarından biri olan mera, yaylak ve kışlakların ıslah edilerek otlatma kapasitelerinin artırılması gerektiği vurgulanmaktadır.

Sahip olduğumuz çayır ve meraların etkin ve verimli biçimde kullanılamaması, yem bitkileri tarımı üzerindeki baskıyı arttırmaktadır. Bu bağlamda yem bitkileri üretimine devlet tarafından verilen destekler önem arz etmektedir. Tablo 1, 2009 yılından itibaren yem bitkilerine yapılan alan bazlı ve ürün bazlı destekleme ödemelerini göstermektedir. Özellikle 2015 yılından itibaren artan destekleme ödemelerinin hayvancılık işletmelerinin yem konusuna daha çok ilgi göstermesine neden olduğu ve bunun da yem bitkileri ekim alanlarını artırdığı belirtilmektedir (Okcu, 2020). Diğer yandan mazot, tarımsal sulama, kimyevi gübre gibi tarımsal ürün girdilerinin fiyatlarındaki artışlar üretim maliyetlerini arttırarak destekleme ödemelerinin etkinliğini azaltmaktadır (Özkan, 2020).

⁴ Erken otlatma, otlak hayvanlarının mera bitkilerinin vejetasyon devresinin başında otlatılmasıdır. Erken otlatma neticesinde mera bitkileri büyüyemez ve zayıf kalırlar. Aşırı otlatma ise bir meranın bir mevsimde üretmiş olduğu otun yarısından fazlasının tüketilmesine neden olan otlatma olarak tanımlanmaktadır. (T.C. Orman ve Su İşleri Bakanlığı, 2015)

Tablo1: Yem Bitkilerine Yapılan Destekleme Ödemeleri⁵

	2009	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Alan Bazlı Destekler (TL/Dekar)												
Mazot Desteği	3,25	3,75	4	4,3	4,6	4,85	11	9	10	17	17	19
Kimyevi Gübre Desteği	4,25	4,75	5	5,5	6	6,6	11	4	4	4	4	8
Hayvancılık Destekleri (TL/Dekar)												
Yem Bitkileri												
Yonca (sululu)	115	130	130	50	50	50	60	60		90		
Yonca (kuru)	70	70	70	30	30	30	35	40		40		
Korunga	75	90	90	40	40	40	45	60		90	90	90
Arpa (Yeşil ot), Buğday (Yeşil Ot)										30		
Tek Yalıklar	30	30	30	35	35	35	40	40	60	60	60	60
Silajlık Tek Yalıklar	45	45	45	50	50	50	55	40				
Silajlık Mısır (sululu)	45	55	55	75	75	75	90	90	100	100	100	100
Silajlık Mısır (kuru)	30	30	30	35	35	35	45	40		40		
Yapay Çayır-Mera	75	75	75	100	100	100	150	60		150	150	150
Çok Yalıklar										90		
Kuru Şartlarda Ekilip Yapılan Yem Bitkileri										40		
Diğer Çok Yillik Yem Bitkileri (sululu)										90	90	90
Diğer Çok Yillik Yem Bitkileri (kuru)										40	40	40

Kaynak: İlgili yılın Resmi Gazete arşivleri incelenerek yazar tarafından oluşturulmuştur.

Hayvancılık sektörüne verilmekte olan bu destekler sayesinde tüm bölgelerde yem bitkileri ekilen alanlar artmasına rağmen, yapılan çalışmalar kaba yem üretiminin hayvan mevcuduna kıyasla yetersiz kaldığını göstermektedir. 10. Kalkınma Planı Bitkisel Üretim Özel İhtisas Komisyonu Raporunda (2014), tarla bitkileri içerisinde üretim miktarı en fazla artan ürün grubu yem bitkileri olmasına rağmen, hayvancılık sektöründe kaliteli kaba yem sorununun hala devam ettiği belirtilmektedir. Özkan (2020), 2019 yılında yapılan üretimin kaba yem ihtiyacını karşılayabilme oranını toplam yem bitkileri üzerinden %70,30, kaliteli kuru ot üzerinden ise %34,06 olarak hesaplamıştır. Okçu (2020) ise, 2019 yılı kaliteli kaba yem açığını 68 milyon ton olarak hesaplamıştır. Bu açığın 11 milyon tonunun TRA bölgesini de içine alan Doğu Anadolu bölgesine ait olduğu belirtilmektedir. KUDAKA tarafından hazırlanan Tarım Sektörü Raporunda (2014b) TRA1 alt bölgesinde çayır-meradan ve yem bitkileri üretiminden elde edilen üretim bölgenin ihtiyacının ancak %84,5'ini karşılayabildiği belirtilmektedir.

Buradan, alan bazında sağlanan desteğin yeterli olmadığı sonucuna kolayca varılabilir. Yem bitkileri ekiliş alanları arttırılırken ekim nöbeti (münavebe) sistemi ile ekime öncelik verilmesi, başka bir deyişle hayvancılık yapmayan tarım işletmelerinin de yonca, fiğ, korunga gibi yem bitkilerini üretmesi sorunu azaltıcı yönde etki sağlayabilir. Nadas alanlarında kurağa dayanıklı yem bitkileri ekimlerine ekim nöbeti içinde yer verilerek nadas alanlarının toplam tarımsal alan içindeki payının kademeli olarak azaltılması da bir başka öneridir (Kuşvuran vd., 2011). Özellikle ülkemizde pamuk, mısır, ayçiçeği, bostan, tarla sebzeciliği

⁵ Tablo1'de belirtilen destekleme ödemelerine ilaveten, 2017 yılından itibaren yeraltı sularının yetersiz seviyede ve su kısıtı olduğunun Bakanlıkça tespit edildiği havzalarda, ilgili üretim yılında ekilen fiğ, macar fiği, burçak ve mürdümük için alınan desteğe %50 ilave destek ödemesi yapılmaktadır. 2018 yılında ise Bakanlıkça belirlenen Hayvancılık Yetiştirici Bölgesinde yer alan illerde yem bitkisi ekilişine %25 ilave destek ödemesi yapılmıştır.

yapılan ılıman iklim ve sahil kuşağında 15 Kasım'dan 15 Nisan'a kadar boş bekletilen alanlarda adi fiğ yetiştirme imkânı bulunduğu belirtilmektedir (Harmanşah, 2018). Ancak bu önerilerin hayata geçirilebilmesi için devletin çiftçilere eğitim ve organizasyon anlamında destek vermesi elzem görünmektedir. Her bir bölgenin ekolojisine uygun yem bitkisi türlerinin belirlenerek çiftçilerin eğitilmesi, bir kaba yem borsası kurularak hayvancılık yapmayan çiftçilerin yem bitkileri ekmeye özendirilmesi, yem bitkileri üretiminde kullanılan pahalı ekipmanların çiftçilere kiralanacağı bir sistem oluşturulması yapılabilecekler arasında gösterilmektedir (Harmanşah, 2018, Özkan, 2020).

3. TRA1 ERZURUM ALT BÖLGESİ ÜRÜN DESENİ (Erzurum, Erzincan, Bayburt)

TRA1 alt bölgesi 40.842 km²'lik yüzölçümü ile Türkiye yüzölçümünün %5,2'sini oluşturmaktadır. Topografik olarak yüksek ve engebeli bir yapıdadır. Bölge zengin su kaynaklarının başlangıç noktasındadır ve Türkiye'nin en önemli akarsularından Çoruh, Aras, Fırat ve Yeşilırmak nehirlerinin havzaları üzerindedir. Akarsuların oluşturduğu düşük yükseltili alanlarda daha ılıman mikroklima zonları ortaya çıkmışsa da yükseltiye ve karasallığa bağlı olarak sert karakterli bir iklim hüküm sürmektedir. Yüksek çayır mera alanlarına ve bitki örtüsü çeşitliliğine sahiptir (KUDAKA, 2014a).

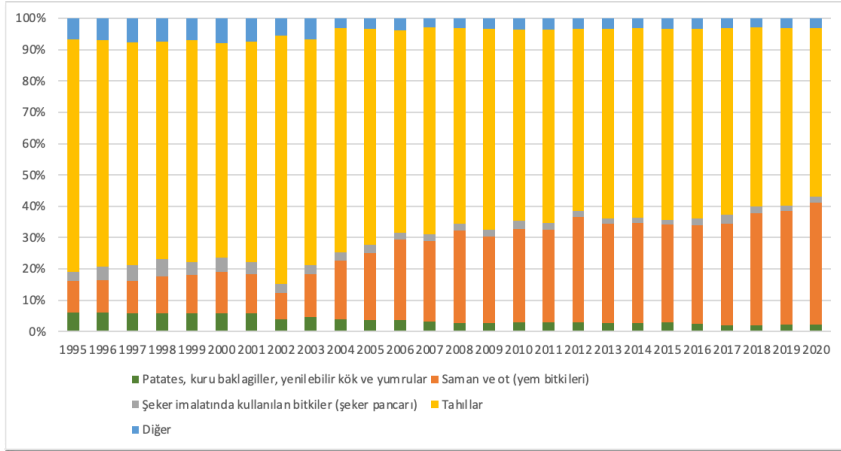
Daha önce de belirtildiği üzere, TRA1 alt bölgesinde, 2020 yılında (1995 yılına göre) yem bitkileri hariç işlenen tarım alanları yaklaşık %17 azalırken, yem bitkileri alanı ise %346 artmıştır. Şekil 3, tahıllar ve diğer bitkisel ürünlerin hasat edilen alanını ürün grupları bazında göstermektedir⁶. Buna göre, yem bitkileri dışında yer alan tüm ürün gruplarında hasat edilen alanın azaldığı görülmektedir. Ancak, yem bitkilerinin hasat edilen alanındaki artışın sadece yarısı (%51,9) diğer tüm ürün gruplarının hasat edilen alanındaki azalış ile açıklanabilmektedir. Burada tekrar vurgulanması gereken önemli bir nokta, özellikle 2004 yılından itibaren daha fazla gözlemlenen bu değişimin TÜİK'in veri toplama yöntemi ile bağlantılı olabileceğidir⁷. Şekil 3'e dayanarak varılabilecek bir sonuç TRA1 alt bölgesindeki ürün desenini oluşturan iki temel ürün grubu olduğudur: tahıllar ve yem bitkileri. Dönem boyunca bu iki ürün grubun hasat edilen alanının toplam

⁶ Tahıllar ve Diğer Bitkisel Ürünlerin Hasat Edilen Alanı = Ekilen Alan - Hasara Uğrayan Alan (ekim yapıldıktan sonra kuraklık, hastalık, tabii afet gibi faktörlerin etkisi sonucu zarar gören ve nedenle hasat edilemeyen alan)

⁷ 2004'ten itibaren mısır, fiğ ve burçakta dane ve ot alanları için verinin ayrı ayrı derlenmeye başlanması nedeniyle bu tarihten itibaren "Fiğ (yeşil ot)" ekim alanları "Saman ve Ot" grubunun içerisine dâhil edilmiş ve buna bağlı olarak "Saman ve Ot" ürün grubu ekilen ve hasat edilen alanı artarken, "Parfümeri, eczacılık vb. bitkiler, şekerpancarı ve yem bitkileri tohumları" ürün grubunun ekilen ve hasat edilen alanı azalmıştır.

içerisindeki payı %80 ile %90 aralığında değişmektedir. Bu bağlamda, çalışılan dönem boyunca gerçekleşen değişim de en çok bu iki ürün grubunu etkilemektedir.

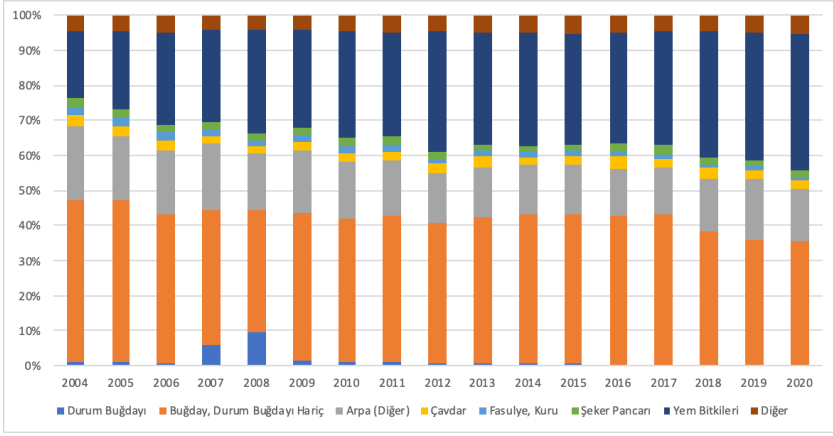
Şekil 3: TRA1 Alt Bölgesinde Tarımsal Alanın Dağılımı⁸



Kaynak: TÜİK Bölgesel İstatistikleri, [Link](#)

Bu aşamada analiz en detaylı haline getirilerek, bahsi geçen yem bitkileri ile tahılların bu bölge özelinde hangi ürünleri kapsadığına değinilecektir. Şekil 4, TRA1 alt bölgesinin tarımsal ürün desenini (ekilen alan cinsinden) ortaya koymaktadır. Buna göre TRA1 alt bölgesi için tahıllar kategorisi buğday, arpa ve çavdardan oluşmaktadır. Bu üç tahılın ekilen tüm tahıllar içerisindeki payı %90, tüm ekilen alan içindeki payı ise zaman içerisinde azalmakla birlikte %50'nin üzerindedir. Yem bitkilerinde ise, grafikte yer almamakla birlikte, yonca, korunga ve fiğ ağırlıklı olarak bulunur. Bu üç yem bitkisinin toplam yem bitkileri içindeki payı 2018'den itibaren %70'lere inmiş olsa da ortalama %90 civarında seyretmektedir. 2012 yılından itibaren silajlık mısır ve yulaf (yeşilot) yem bitkileri içindeki payını arttırmıştır.

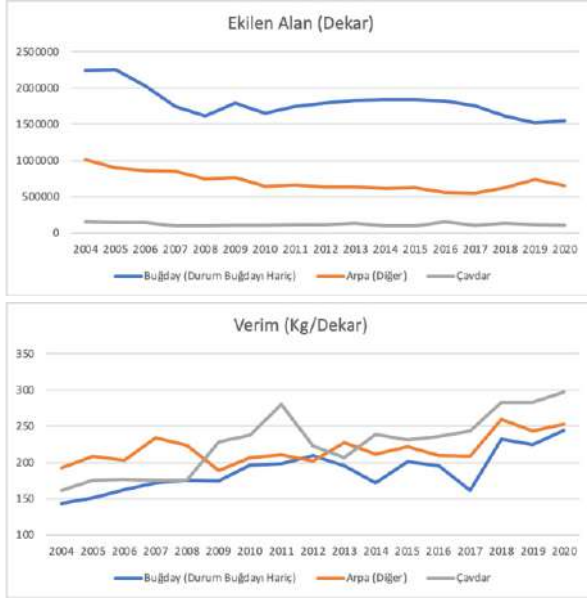
⁸ Diğer kategorisi içerisinde bölgedeki toplam tarımsal alan içerisinde payları çok küçük olan (i) Parfümeri, eczacılık vb. bitkiler, şekerpancarı ve yem bitkileri tohumları, (ii) Sebze, (iii) Bağ alanı, (iv) Meyveler içecek ve baharat bitkileri alanı ve (v) yağlı tohumlar yer almaktadır. İşlenmemiş tütün, tekstilde kullanılan ham bitkiler ve zeytin bu alt bölgede belirtilen dönem içerisinde hiç hasat edilmemiştir.

Şekil 4: TRA1 Alt Bölgesi Tarımsal Ürün Deseni⁹Kaynak: TÜİK Bölgesel İstatistikleri, [Link](#)

Şekil 5, TRA1 alt bölgesi ürün deseni içerisinde yer alan başlıca tahıl ve yem bitkilerinin ekilen alanındaki ve verimlilikteki değişimi göstermektedir. Buna göre, buğday ekilen alanlardaki azalış 2008 yılına kadar daha belirgindir. Bu yıldan itibaren nispeten daha istikrarlı bir seyir söz konusudur. Verim değerlerine bakıldığında ise dönemsel dalgalanmalar olmakla birlikte genel bir artış trendinden söz edilebilir. 2004 yılında dekar başına buğday hasadı 143 kg iken, 2020 yılında bu değer %70 artarak 244 kg'a ulaşmıştır. Arpa ekilen alanlarda ise 2017 yılına kadar düzenli bir azalışı takiben küçük bir artış görülmektedir. Bölgede en çok ekilen tahıllar içerisinde verimlilik değeri en az oynaklık gösteren tahıl arpadır. 2004 yılında dekar başına 192 kg arpa hasadı yapılırken, 2020 yılında bu değer %31 artarak 252 kg'a yükselmiştir. Çavdar ekilen alanlarda ise dönemsel artış ve azalışlar olmakla birlikte, verimliliğin en fazla arttığı tahıl olma özelliğini göstermektedir. 2004 yılında dekar başına 161 kg olan dekar başına verim, 2020 yılında %84 artarak 297 kg olmuştur.

⁹ Ürün deseni belirlenirken, TÜİK bölgesel istatistiklerinde ulaşılabilen en geniş dönem olan 2004-2020 yılları arasında her bir yılda toplam ekilen alan içindeki payı en az bir kez %1'i geçmiş ürünler seçilmiştir.

Şekil 5: TRA1 Alt Bölgesinde Başlıca Tahılların Ekilen Alan ve Verimlerindeki Değişim



Kaynak: TÜİK Bölgesel İstatistikleri, [Link](#)

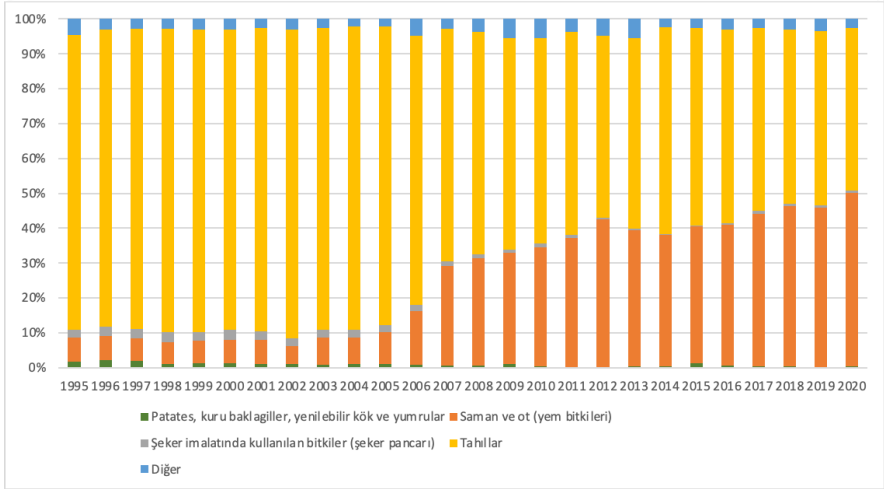
4. TRA2 AĞRI ALT BÖLGESİ ÜRÜN DESENİ (Ağrı, Kars, Iğdır, Ardahan)

TRA2 alt bölgesi 30.193 km²'lik alanı ile Türkiye yüzölçümünün %3,8'ni oluşturmaktadır. Bölgenin yüzey şekillerinde dağlar, platolar, yaylalar, ovalar ve nehirler geniş yer tutmaktadır. Bölge illerinin rakımları genel olarak yüksektir. Ağrı 1640 m Ardahan 1800 m ve Kars 1768 m rakıma sahipken bölgede mikro klima özelliği gösteren Iğdır ili ise 800 – 900 m rakımda bulunmaktadır. Bu durum Iğdır ili hariç kış koşullarının uzun ve ağır geçmesini beraberinde getirmektedir. Iğdır ise, Akdeniz iklimi özelliği göstermektedir. (SERKA, 2014)

TRA2 alt bölgesinde, 2020 yılında (1995 yılına göre) yem bitkileri haricinde işlenen tarım alanı yaklaşık %45 azalırken, yem bitkileri alanı %617 artış göstermiş, başka bir deyişle 7 katına çıkmıştır. Şekil 6, tahıllar ve diğer bitkisel ürünlerin hasat edilen alanını ürün grupları bazında göstermektedir. TRA1 ile benzer şekilde, TRA2 alt bölgesinde de yem bitkileri dışında yer alan tüm ürün gruplarında hasat edilen alanın azaldığı görülmektedir. Ancak, TRA1'den farklı olarak, yem bitkilerinin hasat edilen alanındaki artışın neredeyse tamamı (%94) diğer tüm ürün gruplarının hasat edilen alanındaki azalış ile açıklanabilmektedir. Dolayısıyla, TRA2 alt bölgesinde ürün deseni, toplam hasat edilen alanda çok ufak bir değişime sahne olmuş ve ancak diğer tüm ürün grupları yerini yem

bitkilerine bırakmıştır. Burada yine TÜİK'in 2004'ten itibaren veri toplama yöntemini değiştirmiş olmasının etkisinden bahsedilebilir (Bkz. Dipnot 7). Şekil 6'ya dayanarak varılabilecek bir sonuç da TRA1 alt bölgesindeki ürün desenini oluşturan iki temel ürün grubu olduğudur: tahıllar ve yem bitkileri. Dönem boyunca bu iki ürün grubunun hasat edilen alanının toplam içerisindeki payı hiç %90'ın altına düşmemiş, ortalama olarak da %94 olarak gerçekleşmiştir. Bu bağlamda, çalışılan dönem boyunca gerçekleşen ürün deseni değişimi de en çok bu iki ürün grubunu etkilemektedir. 2020 yılı itibarıyla bölge içerisinde ilk kez yem bitkileri hasat edilen alan (285 bin hektar), tahıl hasat edilen alanın (266 bin hektar) üzerinde gerçekleşmiştir.

Şekil 6: TRA2 Alt Bölgesinde Tarımsal Alanın Dağılımı¹⁰



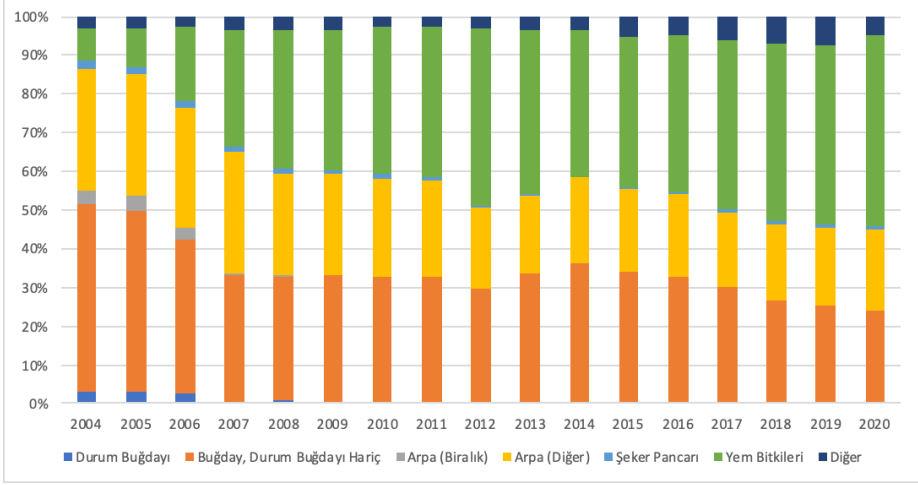
Kaynak: TÜİK Bölgesel İstatistikleri, [Link](#)

Bu noktada, bahsi geçen yem bitkileri ile tahılların bu bölge özelinde hangi ürünleri kapsadığına değinilmesi yerinde olacaktır. Şekil 7, TRA2 alt bölgesinin tarımsal ürün desenini (ekilen alan cinsinden) ortaya koymaktadır. Buna göre TRA2 alt bölgesi için tahıllar kategorisi buğday ve arpadan oluşmaktadır. Bu iki tahılın, bölgede ekilen tüm tahıl alanları içindeki payı ortalama %95 civarındadır. Toplam ekilen alan içerisindeki payları ise verilere ulaşılabilen en eski tarih olan 2004 yılında %79 iken sürekli bir azalış trendi ile 2020 yılında %45'e düşmüştür. Yem bitkilerinde ise, grafikte yer almamakla birlikte, fiğ, yonca, korunga ve 2018 yılından itibaren yulaf (yeşilot) ağırlıklı olarak bulunmaktadır. Fiğ, yonca ve

¹⁰ Diğer kategorisi içerisinde bölgedeki toplam tarımsal alan içerisinde payları çok küçük olan (i) Parfümeri, eczacılık vb. bitkiler, şekerpancarı ve yem bitkileri tohumları, (ii) Sebze, (iii) Bağ alanı, (iv) Meyveler içecek ve baharat bitkileri alanı, (v) Yağlı tohumlar ve (vi) Tekstilde kullanılan ham bitkiler yer almaktadır. İşlenmemiş tütün ve zeytin bu alt bölgede belirtilen dönem içerisinde hiç ekilmemiştir.

korunganın yem bitkileri ekilen tüm alanlar içindeki payı dönem boyunca ortalama %90 olarak gerçekleşmiştir.

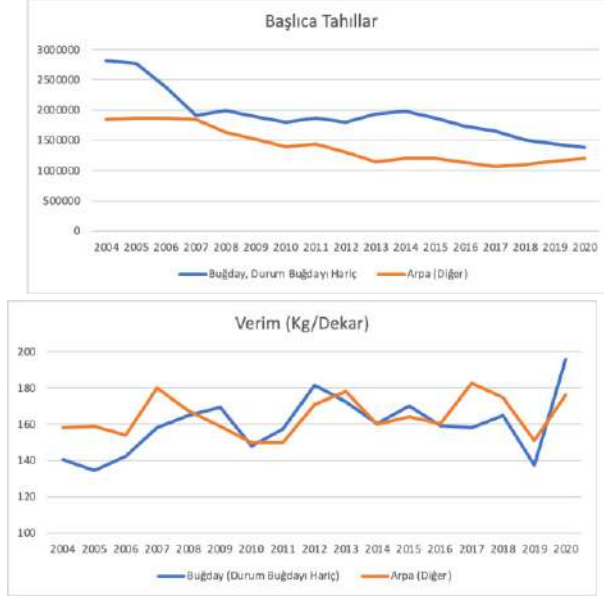
Şekil 7: TRA2 Alt Bölgesi Tarımsal Ürün Deseni



Kaynak: TÜİK Bölgesel İstatistikleri, [Link](#)

Şekil 8, TRA2 alt bölgesi ürün deseni içerisinde yer alan başlıca tahılların ekilen alanındaki ve verimliliğindeki değişimleri göstermektedir. Buna göre, buğday ekilen alanların 2007-2014 yılları arasında nispeten istikrarlı iken; 2004-2007 ve 2014-2020 arasında ciddi azalışlara sahne olduğu görülmektedir. Arpa ekilen alanlarda ise dönem başından 2013 yılına kadar düşüş görülürken, bu yıldan itibaren ise istikrarlı bir ekim alanı söz konusudur. Verimlilik açısından bakıldığında ise yıllar içinde dalgalanmalar olmakla birlikte yüksek oranda bir verimlilik artışından söz edilemez. 2004 yılında dekar başına buğday verimi 140 kg, arpa verimi ise 158 kg iken, 2020 yılında bu rakamlar sırasıyla 195 ve 176 kg olarak gerçekleşmiştir.

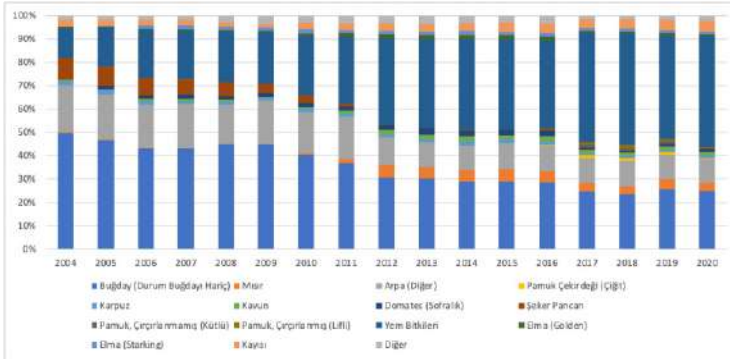
Şekil 8: TRA2 Alt Bölgesinde Başlıca Tahılların Ekilen Alan ve Verimlerindeki Değişim



Kaynak: TÜİK Bölgesel İstatistikleri, [Link](#)

Son olarak coğrafi özellikleri ile bağlantılı olarak iklimik özellikleri gösteren Iğdır ilinde ürün deseninin, bölgenin geneline göre daha çeşitli olduğuna da değinmek gerekir. Şekil 9, Iğdır ili ürün desenini göstermektedir. Elbette, Iğdır’da da ürün deseninin TRA2 genelinde olduğu gibi buğday, arpa ve yem bitkilerinin ağırlıklı olduğu görülmektedir. Diğer yandan pamuk, elma (starking ve golden) ve kayısı da bölge genelinden farklı olarak Iğdır’da yetiştirilmektedir.

Şekil 9: Iğdır İli Tarımsal Ürün Deseni



Kaynak: TÜİK Bölgesel İstatistikleri, [Link](#)

SERKA tarafından hazırlanan raporda (2020), 1980 öncesinde Iğdır'da yıllık 30.000 ton pamuk üretilmekte iken 1980'li yıllarının sonunda pamuk fiyatlarının düşmesi ile pamuk üreticilerinin diğer ürünleri ekmeye başlaması sonucunda pamuk ekimi bırakıldığı ifade edilmektedir. Iğdır'da 27 yıllık aradan sonra 2015 yılında devlet teşvikleri ile pamuk ekiminde deneme üretimine başlanmıştır. Girişimcilerin deneme ekimlerinin olumlu sonuç vermesinden sonra 2017-2018 yılları arasında Iğdır'da diğer pamuk üreticileri de ekim yapmaya başlamışlardır. 2020 yılı verilerine göre TRA2 Bölgesinde toplu meyvelik alanı 81.240 dekar, toplam meyve üretimi 98.500 tondur. TRA2 Bölgesi'ndeki meyve üretiminin tamamına yakını taş ve yumuşak çekirdekli meyve grubuna aittir. TRA2 Bölgesi'nde taş ve yumuşak çekirdekli meyvelerden en çok elma (42.375 ton) ve kayısı üretimi (48.292 ton) gerçekleştirilmekte ve üretimin önemli bir bölümü Iğdır'dan sağlanmaktadır.

SONUÇ

Türkiye'nin çatısı olarak da adlandırılan Kuzeydoğu Anadolu Bölgesinin yüksek ve engebeli coğrafi yapısı, ekilebilir araziye kısıtlarken, bölgede hüküm süren karasal iklim ise yetiştirilen ürün çeşitliliğinin sınırlı kalmasına neden olmuştur. Yüksek platolarda geniş otlak alanları bulunan bölgenin coğrafi yapısı, bitkisel üretimden ziyade hayvancılığı ön plana çıkartmıştır. Ülkemizdeki çayır ve mera alanlarının %26'sı Kuzeydoğu Anadolu Bölgesinde bulunmaktadır. Bu alanlarının %74'ü Erzurum, Erzincan ve Ağrı'da yer alır. Ancak bölge özelinde yapılan çalışmalar bu çayır ve mera alanlarının etkin ve verimli bir şekilde kullanılmadığı sonucuna varmaktadır. Bu sonuç bölgede yem bitkileri tarımı üzerindeki baskıyı arttırmaktadır. 2015 yılından itibaren artan destekleme ödemeleri hayvancılık işletmelerinin yem bitkileri konusuna daha çok ilgi göstermesine neden olmuş ve yem bitkileri ekim alanları tüm bölgede çok ciddi şekilde artmıştır. Buna rağmen bölgede yapılan kaba yem üretiminin, yem ihtiyacını karşılama oranı toplam yem bitkileri üzerinden %70,30, kaliteli kuru ot üzerinden ise %34,06 olarak hesaplanmaktadır.

Alt bölgeler bazında bakıldığında ise, TRA1 alt bölgesinde, inceleme yapılan dönemde yem bitkileri dışında yer alan tüm ürün gruplarında hasat edilen alanın azaldığı görülmektedir. Ancak, yem bitkilerinin hasat edilen alanındaki artışın sadece yarısı (%51,9) diğer tüm ürün gruplarının hasat edilen alanındaki azalış ile açıklanabilmektedir. Bu alt bölgenin ürün deseninde en yüksek paya sahip olan tahıllar kategorisi, temel olarak buğday, arpa ve çavdardan oluşmaktadır. Bu üç tahılın ekilen tüm tahıllar içerisindeki payı %90, tüm ekilen alan içindeki payı ise zaman içerisinde azalmakla birlikte %50'nin üzerindedir.

TRA2 alt bölgesinde ise, 2020 yılında (1995 yılına göre) yem bitkileri haricinde işlenen tarım alanı yaklaşık %45 azalırken yem bitkileri hasat edilen alan yedi katına çıkmıştır. TRA1'den farklı olarak, yem bitkilerinin hasat edilen alanındaki artışın neredeyse tamamı (%94) diğer tüm ürün gruplarının hasat edilen alanındaki azalış ile açıklanabilmektedir. Dolayısıyla, TRA2 alt bölgesinde ürün deseni, toplam hasat edilen alanda çok ufak bir değişime sahne olmuş ve ancak diğer tüm ürün grupları yerini yem bitkilerine bırakmıştır. TRA2 alt bölgesinde de ürün deseni ağırlıklı olarak tahıllardan, özellikle de buğday ve arpadan oluşmaktadır. Bu iki tahılın, bölgede ekilen tüm tahıl alanları içindeki payı ortalama %95 civarındadır. Toplam ekilen alan içerisindeki payları ise verilere ulaşılabilen en eski tarih olan 2004 yılında %79 iken sürekli bir azalış trendi ile 2020 yılında %45'e düşmüştür.

TRA2 alt bölgesi içerisinde Iğdır mikroklima özelliği göstermesi nedeniyle özel bir öneme sahiptir. Dolayısıyla bu ildeki ürün deseni bölge geneline göre daha çeşitlidir. Özellikle 1980 öncesinde Iğdır ürün deseni içerisinde yer alan pamuk, fiyatının düşmesi nedeniyle yerini diğer ürünlere bırakmıştır. 2015 yılında devlet teşvikleri ile pamuk ekiminde deneme üretimine başlanması, bölge ürün deseninin çeşitlenmesi açısından önem arz eder.

REFERANSLAR

1. Çaçan, E. ve A. Yüksel (2016). Çayır ve Meraların Bölgesel Kalkınma Üzerindeki Etkisi, *ÜNİDAP Uluslararası Bölgesel Kalkınma Konferansı*, Muş, 521-531.
2. Harmanşah, F. (2018). Türkiye’de Kaliteli Kaba Yem Üretimi: Sorunlar ve Öneriler, *TÜRKTOB Dergisi*, 25, 9-13.
3. Kara, A. – S. Kadioğlu – Ü. Küçüközdemir – T. Yıldırım – M. Olgun – N. Küçük (2008). Kuzeydoğu Anadolu’da Buğday Tarımı ve Sorunları, *Ülkesel Tahıl Sempozyumu*, Konya, 802-815.
4. Kuşvuran, A. – R. İ. Nazlı – V. Tansı (2011). Türkiye’de ve Batı Karadeniz Bölgesi’nde Çayır-Mera Alanları, Hayvan Varlığı ve Yem Bitkileri Tarımının Bugünkü Durumu, *Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 28(2), 21-32.
5. Kuzeydoğu Anadolu Kalkınma Ajansı- KUDAKA (2014’a). Kuzeydoğu Anadolu Bölge Planı 2014-2023. Çevrimiçi: [Link](#) (Erişim Tarihi: 11.08.2023)
6. Kuzeydoğu Anadolu Kalkınma Ajansı- KUDAKA (2014b). TRA1 Düzey 2 Bölgesi Tarım Sektörü Raporları. Çevrimiçi: [Link](#) (Erişim Tarihi: 11.08.2023)
7. Okcu, M. (2020). Türkiye ve Doğu Anadolu Bölgesi Çayır-Mera Alanları, Hayvan Varlığı ve Yem Bitkileri Tarımının Mevcut Durumu, *Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 51(3), 321-330.
8. Özkan, U. (2020). Türkiye Yem Bitkileri Tarımına Karşılaştırmalı Genel Bakış ve Değerlendirme, *Türk Ziraat Mühendisliği Araştırmaları Dergisi*, 1 (1), 29-43.
9. Serhat Kalkınma Ajansı – SERKA (2014). TRA2 Bölgesi 2014-2023 Bölge Planı. Çevrimiçi: [Link](#) (Erişim Tarihi: 11.08.2023)
10. Serhat Kalkınma Ajansı – SERKA (2020). Pamuk Yetiştiriciliği, Ekonomik Analizi ve Pamuğa Dayalı Sanayi Ürünlerinin Belirlenmesi. Çevrimiçi: [Link](#) (Erişim Tarihi: 11.08.2023)
11. T.C. Kalkınma Bakanlığı (2014). Onuncu Kalkınma Planı Bitkisel Üretim Özel İhtisas Komisyonu Raporu. Çevrimiçi: [Link](#) (Erişim Tarihi: 11.08.2023)
12. T.C. Orman ve Su İşleri Bakanlığı, Çölleşme ve Erezyonla Mücadele Genel Müdürlüğü (2015). Çölleşme/Arazi Bozulumu ve Kuraklıkla Mücadele Terimler Sözlüğü. Çevrimiçi: [Link](#) (Erişim Tarihi: 11.08.2023)

13. T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı Bitkisel Üretim Genel Müdürlüğü – BÜGEM (2018). Bitkisel Üretim Verileri. Çevrimiçi: [Link](#) (Erişim Tarihi: 11.08.2023)
14. Türkiye Yem Sanayicileri Birliği (2019). Karma Yem Sanayii Raporu. Çevrimiçi: [Link](#) (Erişim Tarihi: 11.08.2023)
15. Yılmaz, A. – E. Yenice – İ. Yavaş – A. Çenesiz (2020). Hayvan Beslemede Mevcut Durum ve Gelecek, *Türkiye Ziraat Mühendisliği IX. Teknik Kongresi*, Ankara, 261-276.

9. Bölüm

İşletmeler İçin Sürdürülebilirlik Muhasebesi

Burçin TUTCU¹

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Akdeniz Üniversitesi, Korkuteli MYO, Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Programı, ORCID:0000-0003-1427-0741, burcin_coskun@hotmail.com.

ÖZET

GİRİŞ

Sürdürülebilirlik muhasebesi, bir organizasyonun ekonomik, çevresel ve sosyal etkilerini ölçerek yönetimine yardımcı olan bir alanı ifade etmektedir. Bu muhasebe, geleneksel finansal muhasebenin ötesine geçmekte ve işletmelerin sürdürülebilirlik performansını değerlendirmesine, raporlamasına ve geliştirmesine odaklanmaktadır.

Sürdürülebilirlik muhasebesi enerji ve su tüketimi, karbon emisyonları, atık yönetimi, yenilenebilir enerji kullanımı gibi çevresel etkiler, çalışanların memnuniyeti, toplumsal katkılar gibi sosyal etkiler ve finansal olarak sürdürülebilirlik yatırımları, maliyet tasarrufu ve gelir artışı gibi çeşitli faktörleri içermektedir.

Günümüzde işletmeler, sadece finansal performanslarını değil, aynı zamanda çevresel ve sosyal etkilerini de değerlendirmeye ve raporlamaya yönelik daha kapsamlı bir yaklaşım benimsemektedir. Sürdürülebilirlik muhasebesi, bu amaca hizmet eden bir araç olarak ön plana çıkmaktadır.

Bu çalışmada, işletmelerin sürdürülebilirlik muhasebesi yaklaşımlarının çevresel, sosyal ve finansal performansları üzerindeki etkileri incelenecek ve işletmelerin bu yaklaşımları benimseyerek nasıl fayda sağlayabileceği örnek olaylar yardımıyla ele alınacaktır.

SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK MUHASEBESİ: KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Sürdürülebilirlik Muhasebesi Tanımı

Sürdürülebilirlik muhasebesi, 1990'ların başında Rob Gray' in çalışmasından başlayarak Ağustos 2002'de Johannesburg'da düzenlenen Dünya Sürdürülebilir Kalkınma Zirvesi'nde Sürdürülebilirlik Muhasebesi Yönergelerinin yayınlanmasına kadar, akademik muhasebe literatüründe sürekli ilgi görmüştür (Lamberton, 2005: 7). Sürdürülebilirlik muhasebesi, bir kuruluşun sürdürülebilirlik hedeflerine doğru ilerlemesini göstermek için yüksek kaliteli bilgi oluşturmaya ve sağlamaya amaçlayan bir bilgi yönetimi ve muhasebe yöntemi olarak tanımlanabilmektedir (Kaur ve Lodhia, 2018: 342). Başka bir ifadeyle işletmeleri, dış ve iç organizasyonlarını ekolojik ortamlarıyla ilişkilendiren bir işletme stratejisi olarak geniş bir şekilde tanımlanabilmektedir (Sisaye, 2021: 8).

Sürdürülebilirlik muhasebesi, muhasebenin bir alt dalı olup, geleneksel muhasebede olduğu gibi karar alıcıların bilgi ihtiyacını karşılamaktadır. Kurumsal sürdürülebilirlik kapsamında, işletmelerin sürdürülebilir stratejiler oluşturmada yararlandığı finansal olan ve olmayan bilgiler, sürdürülebilirlik muhasebesi sisteminden elde edilmektedir (Tüm, 2014: 68).

Sürdürülebilirlik muhasebesi ilk olarak, çevresel ve sosyal kaynaklı ekonomik etkiler, ikinci olarak bir ekonomik sistemin ekolojik ve sosyal etkileri, üçüncü olarak ise sürdürülebilirliğin üç boyutunu oluşturan sosyal, çevresel ve ekonomik konular arasındaki bağlantılar ile ilgili unsurları kaydetmek, analiz etmek ve raporlamak için gerekli faaliyetler, yöntemler ve sistemler bütünüdür (Demircioğlu ve Emer, 2019: 64). Ayrıca sürdürülebilirlik muhasebesi, geleneksel muhasebeden farklı olarak, sadece finansal sonuçları değil, aynı zamanda çevresel etkileri, sosyal sorumlulukları ve sürdürülebilirliği de içermekte ve işletmelerin gelecek nesillerin ihtiyaçlarını karşılamak üzere uzun vadeli bir şekilde faaliyet göstermelerine yardımcı olmayı amaçlamaktadır.

Bu yaklaşımın temel amacı, işletmelerin sadece finansal başarılarını değil, aynı zamanda çevre üzerindeki etkilerini azaltma çabalarını, sosyal sorumluluklarına olan taahhütlerini ve toplumla olan ilişkilerini de ölçmek ve raporlamaktır. Bu sayede işletmeler, paydaşlarına daha şeffaf bir şekilde bilgi sunabilmekte, sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşma yolunda ilerlemeyi gösterebilmekte ve uzun vadeli başarılarını sağlamlaştırebilmektedir.

Sürdürülebilirlik muhasebesi, kuruluşlarda çevresel ve sosyal sorumluluğun teşvik edilmesinde hayati bir rol oynamaktadır. Basitçe sosyal faaliyetlerde bulunmanın ötesine geçmekte ve bunun yerine kurumsal sosyal sorumlulukla ilgili politikaların ve eylemlerin etkisini değerlendirmeye odaklanmaktadır. Sürdürülebilirlik muhasebesi, kuruluşların çevresel ve sosyal sorumluluklarını hesaba katarak işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk taahhüdünü sürdürmelerini sağlamaktadır. Bu, çevresel sürdürülebilirlik ve sosyal sorumluluk ile ilgili olarak kuruluşlar tarafından alınan politikaların ve eylemlerin dikkate alınmasını içermektedir. Ayrıca kuruluşların performanslarıyla ilgili finansal olmayan bilgileri raporlayarak, yalnızca finansal kaygıların ötesinde, toplum üzerinde daha geniş bir etkiye sahip olmalarına yardımcı olmaktadır (merciagroup, 2022).

Sürdürülebilirlik muhasebesi gerek varlıkları gerekse toplumun çıkarlarını korumak için sürdürülebilirliğin üç boyutunu göz önünde bulundurarak, ticari işlemlerin uygun bir şekilde ele alınmasını gerektirmektedir. Aynı zamanda, sürdürülebilirlik muhasebesi ve raporlaması, sosyal ve çevresel sorunların yönetimi ve raporlanmasına verilen örgütsel tepki olmaktadır. Bu tanımlar doğrultusunda sürdürülebilirlik muhasebesi, ekonomik, çevre ve sosyal konuları dikkate alarak, geleneksel finansal muhasebenin geliştirilmiş bir şekli olarak da tanımlanabilmektedir (Can ve Özarı, 2023: 56).

Sürdürülebilirlik Muhasebesinin İşletmelere Faydaları

Sürdürülebilirlik muhasebesinin işletmelere olan faydaları maddeler halinde aşağıdaki gibi sıralanabilir:

- Sürdürülebilirlik muhasebesi, işletmelerin çevresel ve sosyal riskleri daha iyi anlamalarına yardımcı olur (Tarakcioğlu Altınay, 2016: 59). Bu, işletmelerin bu risklere karşı daha iyi hazırlıklı olmalarını sağlar.
- Sürdürülebilir uygulamalar, işletmelerin enerji, su ve hammadde gibi kaynakları daha etkili bir şekilde kullanmalarına olanak tanır. Atık yönetimi ve yenilenebilir enerji kullanımı gibi adımlar, işletmelerin operasyonel maliyetlerini düşürebilir.
- Sürdürülebilirlik muhasebesi, işletmelere inovasyon ve yeni ürün geliştirme konusunda teşvik edici olabilir.
- Sürdürülebilir uygulamalar, işletmelerin paydaşları ile daha olumlu ilişkiler kurmalarına yardımcı olur (Tüm, 2014: 78).
- Birçok ülke ve bölgede çevresel ve sosyal düzenlemeler artmaktadır. Sürdürülebilirlik muhasebesi, işletmelerin bu düzenlemelere uyum sağlamalarını kolaylaştırır.
- İşletmeler, enerji tüketimi, atık üretimi ve karbon emisyonları gibi faaliyetlerle çevresel etkiler yaratabilir. Çevre dostu üretim yöntemleri ve yeşil teknolojilerin benimsenmesi, çevresel etkilerin azaltılmasına yardımcı olabilir. İşletmeler, sürdürülebilir tedarik zinciri yönetimi ile hammadde temininde çevresel kriterlere dikkat edebilir. Enerji verimliliği projeleri ve yenilenebilir enerji kullanımı gibi adımlar çevresel sorunları azaltabilir (Tüm, 2014: 64).
- İşletmeler, sürdürülebilir uygulamaları benimseyerek sektörlerinde liderlik yapabilir.
- Sürdürülebilir uygulamalar, yatırımcıların ve tüketicilerin tercihlerini etkiler. Sosyal ve çevresel sorunlara duyarlı işletmeler daha çekici hale gelir.
- Sürdürülebilirlik uygulamalarının kuruluşlarda derin bir şekilde kök salmasını ve kurumsal stratejiye dahil olmasını sağlamak için, yönetim muhasebesi ve raporlamanın sürdürülebilirlik ölçütlerini ve yöneticilerin sürdürülebilirlik kriterlerini karar verme süreçlerine ve organizasyonun günlük rutinlerine dahil etmelerine yardımcı olan araçları entegre etmesi gerekir (Ascani vd., 2021: 1).
- Sürdürülebilir uygulamalar, işletmelerin riskleri azaltılmasına ve gelecekte ortaya çıkabilecek olumsuz etkileri önceden tahmin etmelerine yardımcı olabilir.

- Sürdürülebilirlik uygulamaları, mevcut faaliyetlere entegre edilmeli ve sürdürülebilirlik raporlaması için veri sağlayan muhasebe bilgi sistemi ile ilişkilendirilmelidir. Ayrıca, sürdürülebilirlik uygulamaları tüm organizasyonel süreçlere yerleştirilirse, krizlerin etkisini hafifletebilir ve işletmeye destek verebilir (Varzaru, 2022: 3).
- Günümüzde yatırımcılar, sadece finansal sonuçlara değil, aynı zamanda işletmelerin çevresel ve sosyal etkilerine de odaklanmaktadır. Sürdürülebilirlik odaklı işletmeler, yatırımcıların ilgisini çekebilir ve daha iyi finansal destek sağlayabilir.
- Sürdürülebilirlik, işletmelerin marka değerini artırabilir ve müşteri sadakatini sağlayabilir.
- Sürdürülebilirlikle ilgili düzenlemeler arttıkça, işletmeler uyum sağlamak zorunda kalabilir. Bu uyum, uzun dönemde ceza ve yaptırımlardan kaçınmalarına yardımcı olur.

İşletmeler İçin Sürdürülebilirlik Muhasebesi Uygulamaları

Sürdürülebilirlik muhasebesi ile ilgili birtakım uygulamalar aşağıdaki başlıklar altında toplanabilmektedir:

- 1. Karbon Ayak İzinin Hesaplanması ve Azaltılması:** İşletmeler, faaliyetlerinin neden olduğu karbon emisyonlarını hesaplayarak çevresel etkilerini anlamaya çalışmaktadır. Karbon ayak izini azaltmak için işletmeler enerji tasarrufu önlemleri, yenilenebilir enerji kullanımı ve üretim süreçlerinde iyileştirmeler gibi adımlar atabilmektedir. Karbon salınımının azaltılması, sera gazı kredileri gibi konularda yapılan yasal düzenlemeler, işletmeleri strateji değiştirmeye ve maliyet / yönetim muhasebesi süreçlerini tekrar gözden geçirmeye zorlamaktadır (Vargün vd., 2015: 16).
- 2. Çevresel ve Sosyal Performans Göstergelerinin Belirlenmesi:** İşletmeler, çevresel ve sosyal performanslarını değerlendirmek için belirli göstergeler ve metrikler belirlemektedir. Bu göstergeler arasında enerji verimliliği, su kullanımı, atık yönetimi, çalışan memnuniyeti ve topluluk katılımı gibi faktörler bulunmaktadır.
- 3. Sürdürülebilirlik Raporlarının Hazırlanması:** İşletmeler, sürdürülebilirlik faaliyetlerini paydaşlarıyla paylaşmak için sürdürülebilirlik raporları hazırlamaktadır. Bu raporlar, işletmelerin sürdürülebilirlik hedeflerini, ilerlemeyi ve sürdürülebilirlik stratejilerini açıklamaktadır. Sürdürülebilirlik raporları olarak ayrı hazırlanmaya başlanan bu raporlarda finansal olan ve olmayan performans arasındaki bağlantı da vurgulanmaktadır. Ayrıca sürdürülebilirlik raporları,

işletmelere belirli hedeflere doğru ilerlemede izleme olanağını arttırmakta, çevresel stratejilerin uygulanmasını kolaylaştırmakta, işletme içinde çevresel konularda daha fazla bilinçlenmeyi ve işletme mesajının açık olarak ifade edilmesini sağlamaktadır (Şahin vd., 2018: 18).

YÖNTEM: ÖRNEK OLAY İNCELEMESİ

Aşağıda verilen örnek olaylar, sürdürülebilirlik kavramının ve muhasebesinin daha rahat anlaşılması amacıyla tarafımızdan hazırlanmıştır.

Örnek Olay 1: Şirket X' in Sürdürülebilirlik Muhasebesi Yaklaşımı ve Etkileri

Şirket X, sürdürülebilirlik muhasebesinin işletme performansına etkilerini anlamak amacıyla çeşitli uygulamalara başlamış bir enerji şirkettir. Şirket, çevresel etkileri yönetme ve sürdürülebilirlikle ilgili paydaşlarına daha bütüncül bir görünüm sunma ihtiyacını göz önünde bulundurarak bu adımları atmıştır. Şu işlemleri gerçekleştirmiştir:

1. Şirket X, faaliyetlerinin neden olduğu karbon emisyonlarını ölçmek ve izlemek amacıyla karbon ayak izi hesaplaması yapmıştır. Bu hesaplamalar, enerji üretimi ve tedariki, ulaşım, atık yönetimi ve ofis operasyonları gibi çeşitli alanları kapsamaktadır. Karbon ayak izi hesaplaması sonucunda, şirketin en yüksek emisyon üreten alanları belirlenmiş ve bu alanlarda enerji verimliliği ve yenilenebilir enerji kullanımı gibi adımlarla azaltım hedefleri belirlenmiştir.
2. Şirket X, çevresel ve sosyal performansını ölçmek ve paydaşlarına açık bir şekilde iletmek amacıyla belirli performans göstergeleri belirlemiştir. Bunlar arasında enerji verimliliği, su kullanımı, yenilenebilir enerji oranı, çalışan eğitimi ve topluluk katılım projeleri yer almaktadır. Bu göstergeler, şirketin çevresel ve sosyal etkilerini izlemesine ve geliştirmesine yardımcı olmaktadır.
3. Şirket X, sürdürülebilirlik performansını paydaşlarına iletmek amacıyla yıllık sürdürülebilirlik raporları hazırlamaktadır. Bu raporlar, finansal sonuçların yanı sıra çevresel ve sosyal etkileri de içermiştir. Raporda, karbon azaltım projelerinin ilerlemesi, yerel topluluklara yapılan yatırımlar ve çalışanların eğitim düzeyi gibi konulara odaklanılmıştır.

Sonuç olarak Şirket X, sürdürülebilirlik muhasebesi uygulamaları sayesinde hem finansal hem de çevresel-sosyal alanlarda faydalar elde etmiştir. Karbon ayak izi azaltma çabaları, enerji verimliliği projeleri ve yenilenebilir enerji yatırımları hem operasyonel maliyetleri düşürmüş hem de karbon emisyonlarını azaltmıştır. Aynı zamanda, şirketin paydaşlarına sunulan sürdürülebilirlik

raporları, şeffaflık ve güven yaratmada önemli bir rol oynamıştır. Çevresel ve toplumsal etkileri yönetmeye yönelik bu yaklaşım, şirketin rekabet avantajını artırmış ve sürdürülebilirlikle ilgili olumlu bir imaj oluşturmuştur.

Örnek Olay 2: XYZ Şirketi'nin Sürdürülebilirlik Muhasebesi Uygulaması ve Analizi

XYZ Şirketi, gıda üretimi ve dağıtım alanında faaliyet gösteren bir şirkettir. Şirketin ürün yelpazesi organik ve doğal içeriklere odaklanan sağlıklı gıdaları içermektedir. XYZ Şirketi, sürdürülebilirlik değerlerine önem vermektedir ve bu değerleri iş stratejisinin merkezine yerleştirmiştir. XYZ Şirketi, sürdürülebilirlik muhasebesi ilkelerini benimsemiş ve finansal performansın yanı sıra çevresel ve sosyal etkileri de ölçmeye karar vermiştir. Şirket, çevresel etkileri değerlendirmek için karbon ayak izi, su tüketimi ve atık yönetimi gibi göstergeleri kullanmaktadır. Ayrıca, tedarik zinciri boyunca adil işçi koşullarını desteklemeye ve yerel ekonomilere katkı sağlamaya odaklanarak sosyal etkileri değerlendirmektedir.

XYZ Şirketi'nin sürdürülebilirlik muhasebesi uygulamaları, işletmenin sadece finansal performansını değil, aynı zamanda çevresel ve sosyal etkilerini de dikkate aldığı göstermektedir. Bu yaklaşımın birkaç faydası olmuştur:

1. Şirket, sağlıklı ve sürdürülebilir ürünler sunarak tüketicilerin artan talebine cevap vermektedir. Bu, rekabet avantajı sağlamak ve pazarda öne çıkmasına yardımcı olmaktadır.
2. Çevresel ve sosyal faktörler, iş operasyonlarına önemli ölçüde etki edebilir. Sürdürülebilirlik muhasebesi, olası çevresel ve sosyal riskleri önceden tanımlamayı ve yönetmeyi kolaylaştırabilir.
3. Sürdürülebilirlik performansını ölçmek ve raporlamak, yatırımcıların ilgisini çekebilir. Sürdürülebilirlik odaklı şirketlere olan talep arttıkça, yatırımcılar bu tür şirketlere daha fazla ilgi gösterebilir.
4. Şirket, iş faaliyetleriyle çevresel ve sosyal etkileri olumlu yönde şekillendirerek topluma katkı sağlar. Bu, hem iş dünyasında hem de toplumda olumlu bir imaj oluşturabilir.

Sonuç olarak, XYZ Şirketi'nin sürdürülebilirlik muhasebesi uygulamaları, sadece finansal başarıya odaklanmanın ötesine geçerek çevresel ve sosyal etkileri de içeren kapsamlı bir işletme değerlendirmesi sunduğunu göstermektedir. Bu yaklaşım, hem işletme için uzun vadeli sürdürülebilirlik sağlama potansiyeli taşıyor hem de toplumsal ve çevresel açılardan daha olumlu sonuçlar doğurabilir.

Örnek Olay 3: ABC Otomotiv Şirketi'nin Sürdürülebilirlik Performansının Değerlendirilmesi

ABC Otomotiv Şirketi, dünya çapında otomobil üretimi yapan bir şirkettir. Şirket, son yıllarda sürdürülebilirlik konusunda daha fazla farkındalık kazanmış ve operasyonlarını çevresel ve sosyal etkileri göz önünde bulundurarak yönetmeye başlamıştır. ABC Otomotiv Şirketi, sürdürülebilirlik muhasebesi uygulamalarını şu şekillerde hayata geçirmiştir:

1. Şirket, otomobillerin üretim, kullanım ve geri dönüşüm aşamalarındaki çevresel etkilerini değerlendirmek için yaşam döngüsü analizleri yapmaktadır. Bu analizler sayesinde, ürünün her aşamasındaki karbon ayak izi, enerji tüketimi ve atık üretimi gibi faktörler ölçülmekte ve analiz edilmektedir.
2. ABC Otomotiv Şirketi, tedarik zinciri boyunca çevresel ve sosyal etkileri izlemekte ve tedarikçilerden gelen verileri değerlendirmektedir. Adil çalışma koşulları, çocuk işçi emeği ve çevresel sürdürülebilirlik gibi konularda tedarikçilerin performansını izlemek, şirketin sürdürülebilirlik hedeflerine uygunluğunu sağlamaktadır.

ABC Otomotiv Şirketi'nin sürdürülebilirlik muhasebesi uygulamaları, işletmenin ürünlerinin çevresel ve sosyal etkilerini daha iyi anlamasına yardımcı olmaktadır. Bu yaklaşımın avantajları şunlar olabilir:

1. Yaşam döngüsü analizleri, ürün tasarımında ve üretim süreçlerinde inovasyon sağlayabilir. Bu, daha verimli ve çevre dostu ürünlerin üretilmesine katkıda bulunabilir.
2. Çevresel ve sosyal faktörler, otomotiv endüstrisi için önemli riskler oluşturabilir. Sürdürülebilirlik muhasebesi, bu riskleri daha iyi tanımlamayı ve yönetmeyi kolaylaştırabilir.
3. Tüketiciler, yatırımcılar ve düzenleyiciler, sürdürülebilirlik konusuna artan ilgi göstermektedir. Şirketin sürdürülebilirlik performansını açıkça raporlaması, paydaşların memnuniyetini artırabilir.

Sonuç olarak, ABC Otomotiv Şirketi'nin sürdürülebilirlik muhasebesi uygulamaları, otomotiv sektöründe daha sürdürülebilir ve çevre dostu bir yaklaşım benimsemesine yardımcı olmaktadır. Bu, hem işletme için uzun vadeli rekabet avantajı sağlayabilir hem de sektördeki sürdürülebilirlik çabalarını destekleyebilir.

Örnek Olay 4: PP Gıda Şirketi'nin Gıda Atıklarının Yönetimi ve Maliyet Analizi

PP Gıda Şirketi, gıda üretimi ve dağıtımı yapmaktadır. Şirket, sürdürülebilirlik hedeflerini iş stratejisinin merkezine koymuş ve özellikle gıda atıklarının azaltılması konusuna odaklanmıştır. PP Gıda Şirketi, gıda atıklarının yönetimi ve maliyet analizi için aşağıdaki adımları atmıştır:

1. Şirket, üretim ve dağıtım süreçlerinde oluşan gıda atıklarının miktarını kaydetmektedir. Atıkların nedenleri ve hangi aşamalarda oluştuğu detaylı bir şekilde belirlenmektedir.
2. Atıkların finansal etkisi analiz edilmektedir. Atıkların oluşturduğu maliyetler, hammaddelerin israfı, iş gücü ve enerji kullanımı gibi faktörler hesaplanmaktadır.
3. PP Gıda, atık miktarını azaltmak için stratejiler geliştirmekte ve bu stratejilerin uygulanabilirliğini değerlendirmektedir. Örneğin, daha iyi envanter yönetimi, üretim süreçlerinin iyileştirilmesi ve tedarikçi iş birliği gibi yaklaşımlar benimsenmektedir.

PP Gıda Şirketi'nin gıda atıkları yönetimi ve maliyet analizi uygulamaları, işletmeye şu avantajları sağlayabilir:

1. Atık azaltımı, hammaddelerin ve kaynakların daha etkili kullanılmasını sağlayarak maliyetleri düşürebilir.
2. Gıda atıkları, çevresel etkilere neden olabilir. Atık azaltımı, çevresel sürdürülebilirliğe olumlu katkı sağlayabilir.
3. Tüketiciler, çevre dostu ve sürdürülebilir işletmelere daha olumlu bakma eğilimindedir. Atık yönetimi, şirketin itibarını ve imajını olumlu yönde etkileyebilir.

Sonuç olarak, PP Gıda Şirketi'nin gıda atıkları yönetimi ve maliyet analizi uygulamaları, hem finansal performansı artırma potansiyeli taşır hem de çevresel sürdürülebilirliği destekler. Bu yaklaşım, işletmenin atık azaltımı ve kaynak verimliliği konularında daha bilinçli ve etkili bir şekilde hareket etmesini sağlayabilir.

Örnek Olay 5: DEF Teknoloji Şirketi'nin Enerji Verimliliği ve Maliyet Analizi

DEF Teknoloji Şirketi, elektronik cihazlar üreten bir teknoloji şirkettir. Şirket, ürünlerinin yaşam döngüsü boyunca enerji verimliliğine odaklanarak hem çevresel sürdürülebilirliği desteklemeyi hem de işletme maliyetlerini düşürmeyi hedeflemektedir. DEF Teknoloji Şirketi, enerji verimliliği ve maliyet analizi için aşağıdaki adımları atmıştır:

1. Şirket, üretim tesislerindeki enerji tüketimini izlemektedir. Üretim aşamaları, aydınlatma sistemleri ve ısıtma-soğutma gibi alanlardaki enerji tüketimi ölçülmektedir.
2. Enerji tüketiminin maliyeti hesaplanmaktadır. Şirket, enerji tüketimine bağlı olarak elektrik ve ısıtma-soğutma maliyetlerini analiz ederek tasarruf potansiyellerini belirlemektedir.
3. DEF Teknoloji, ürün tasarımında enerji verimliliğini ön planda tutmaktadır. Ürünlerin daha az enerji tüketmesini sağlayacak tasarım özellikleri ve bileşenler kullanılmaktadır.

DEF Teknoloji Şirketi'nin enerji verimliliği ve maliyet analizi uygulamaları, şirketin sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşması konusunda şu avantajları sağlayabilir:

1. Enerji tasarrufu, işletme maliyetlerini düşürebilir ve uzun vadede enerji maliyetlerini azaltabilir.
2. Daha az enerji tüketimi, fosil yakıt kullanımını ve karbondioksit emisyonlarını azaltabilir, böylece çevresel sürdürülebilirliği destekleyebilir.
3. Enerji verimliliğine odaklanan ürünler, çevre dostu tüketici eğilimleri ile uyumlu olduğundan rekabet avantajı sağlayabilir.
4. Enerji verimliliğine odaklanan ürünler, genellikle daha az ısınma ve soğuma nedeniyle daha iyi performans sergileyebilir.

Sonuç olarak, DEF Teknoloji Şirketi'nin enerji verimliliği ve maliyet analizi uygulamaları, hem finansal açıdan tasarruf sağlama potansiyeli taşır hem de çevresel sürdürülebilirliği destekler. Bu yaklaşım, teknoloji sektöründe daha verimli ve çevre dostu ürünlerin geliştirilmesine katkıda bulunabilir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Sürdürülebilirlik muhasebesi, işletmelerin sadece finansal performansını değil, aynı zamanda çevresel ve sosyal etkilerini de değerlendirmesine olanak tanımaktadır. Bu yaklaşım, işletmelerin daha sürdürülebilir ve etik bir şekilde faaliyet göstermelerine yardımcı olabilmekte hem kendi gelecekleri hem de gezegenin geleceği için olumlu bir katkı sağlayabilmektedirler.

Bu çalışmada, işletmeler için sürdürülebilirlik muhasebesinin kavramsal çerçevesi, yaklaşımları ve faydaları incelenmiştir. Sürdürülebilirlik muhasebesinin işletmeler için artan bir gereklilik olduğu ve sadece finansal performansı değil, aynı zamanda çevresel ve sosyal etkileri de değerlendirdiği ortaya çıkmıştır. Sürdürülebilirlik muhasebesi yaklaşımları sayesinde işletmeler, çevresel etkileri azaltarak çevre dostu operasyonlar geliştirebilmekte, sosyal sorumluluklarına daha fazla odaklanabilmekte ve finansal performanslarını

sürdürülebilir bir şekilde artırabilmektedir. Verilen örnekler ise, sürdürülebilirlik muhasebesinin işletmeler üzerindeki olumlu etkilerini vurgulamaktadır. Bu bağlamda, işletmelerin sürdürülebilirlik muhasebesi uygulamalarını benimseyerek hem toplumsal beklentilere yanıt vermeleri hem de uzun vadeli başarılarını sürdürebilmeleri önerilmektedir.

Sürdürülebilirlik muhasebesinin gelişimi için birtakım öneriler sunulmaktadır:

1. İşletmeler, uluslararası sürdürülebilirlik muhasebesi standartlarını takip ederek raporlama süreçlerini standartlaştırabilir ve paydaşlarla daha tutarlı bilgi paylaşımı sağlayabilir.
2. İşletmeler, teknolojik gelişmeleri takip ederek veri toplama, analiz ve raporlama süreçlerini otomatize edebilir. Bu, veri güvenilirliğini artırır ve raporlama sürecini daha etkili hale getirir.
3. İşletmeler, sadece çevresel ve sosyal etkileri değil, aynı zamanda etik değerleri ve toplumsal sorunları da ele alan bütüncül bir sürdürülebilirlik yaklaşımı benimsemelidir.
4. İşletmeler, yerel toplulukların ihtiyaçlarını anlamak ve iş birliği yapmak için çaba sarf etmelidir. Bu, topluluklarla daha sağlam ilişkiler kurmalarını sağlar.
5. İşletmeler, sürdürülebilirlik bilincini kurumsal kültürlerine entegre etmelidir. Çalışanları sürdürülebilirlik hedeflerine katkıda bulunmaya teşvik eden bir çalışma ortamı yaratmak önemlidir.

Sonuç olarak, işletmeler için sürdürülebilirlik muhasebesi finansal başarının ötesinde uzun vadeli değer yaratmayı hedeflemektedir. Bu, işletmelerin sadece kendi geleceklerini değil, aynı zamanda çevre ve toplum için olumlu bir etki yaratma potansiyelini vurgulamaktadır.

KAYNAKLAR

1. “Introducing the Future of Sustainability Accounting: ESG”, <<https://www.mercia-group.com/mercia-news-and-blog/sustainability-accounting-esg/>>, son erişim tarihi: 04.08.2023.
2. Ascani, I., Ciccola, R. ve Chiucchi, M. S. (2021). “A Structured Literature Review About The Role of Management Accountants in Sustainability Accounting and Reporting”, *Sustainability*, 13 (2357), 1-25. <<https://www.mdpi.com/2071-1050/13/4/2357>>, son erişim tarihi: 16.08.2023.
3. Can, E. N. ve Özari, Ç. (2023). “Sürdürülebilirlik Muhasebesi ve Karbon Muhasebesi Çalışmalarının Bibliyometrik Analizi”. *Denetim*, 14 (27), 55-71. <<https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/2659594>>, son erişim tarihi: 04.08.2023.
4. Demircioğlu, E. N. & Ever, D. (2019). “Sürdürülebilirlik Muhasebesinin Teorik Açından İncelenmesi”. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 28 (3), 59-72. <<https://dergipark.org.tr/en/pub/cusosbil/article/644980>>, son erişim tarihi: 04.08.2023.
5. Kaur, A. ve Lodhia, S. (2018). “Stakeholder Engagement in Sustainability Accounting and Reporting: A Study of Australian Local Councils”, *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 31 (1), 338-368. <<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/AAAJ-12-2014-1901/full/html>>, son erişim tarihi: 16.08.2023.
6. Lamberton, G. (2005). “Sustainability Accounting—A Brief History and Conceptual Framework”, *Accounting Forum*, 29 (1), 7-26. <<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0155998204000808>>, son erişim tarihi: 16.08.2023.
7. Sisaye, S. (2021). “The Influence of Non-governmental Organizations (NGOs) on the Development of Voluntary Sustainability Accounting Reporting Rules”, *Journal of Business and Socioeconomic Development*, 1 (1), 5-23. <<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JBSED-02-2021-0017/full/pdf?title=the-influence-of-non-governmental-organizations-ngos-on-the-development-of-voluntary-sustainability-accounting-reporting-rules>>, son erişim tarihi: 16.08.2023.
8. Şahin, Z., Çankaya, F. ve Karakaya, A. (2018). “Sürdürülebilirlik Raporlarının Sektörlere ve Yıllara Göre Analizi”. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 17-32.

- <<https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/341143>>, son erişim tarihi: 04.08.2023.
9. Tarakcıoğlu Altınay, A. (2016). “Entegre Raporlama ve Sürdürülebilirlik Muhasebesi”. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3 (25), 47-64. <<https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/275025>>, son erişim tarihi: 04.08.2023.
 10. Tüm, K. (2014). “Kurumsal Sürdürülebilirlik ve Muhasebeye Yansımaları: Sürdürülebilirlik Muhasebesi”. *Akademik Yaklaşımlar Dergisi*, 5 (1), 58-81. <<https://dergipark.org.tr/en/pub/ayd/issue/3331/46191>>, son erişim tarihi: 04.08.2023.
 11. Vargün, H., Gürkan, S. ve Akbulut, H. (2015). “Sürdürülebilir Bir Çevre İçin Karbon Muhasebesi ve Faaliyet Tabanlı Maliyetleme Sisteminin Entegrasyonu”. *Mali Çözüm Dergisi*, Kasım-Aralık, 11-31.
 12. Varzaru, A. A. (2022). “An Empirical Framework for Assessment of the Effects of Digital Technologies on Sustainability Accounting and Reporting in the European Union”, *Electronics*, 11 (22), 1-15. <<https://www.mdpi.com/2079-9292/11/22/3812>>, son erişim tarihi: 16.08.2023.

10. Bölüm

Cahiliye Dönemi Arap Edebiyatında Edebi Tenkit (Nakd) Uygulamaları

Cumali BAYLU¹

¹ Dr. Eğitim Görevlisi, DİB, Diyanet Akademisi, Kocaeli Dini Yüksek İhtisas Merkezi, cumalibaylu@gmail.com, Orcid: 0000-0001-6454-2173

ÖZET

GİRİŞ

Edebiyat, bir toplumun ruhunu ve kültürel değerlerini yansıtan özel bir aynadır. Her dönemde, edebiyatın sunduğu metinler, sadece bir dönemin estetik ve düşünsel özelliklerini değil, aynı zamanda toplumsal ve tarihsel bağlamını da yansıtır. Arap yarımadasının zengin tarihinde, cahiliye dönemi, Arap edebiyatının önemli bir aşamasını temsil eder. Bu dönem, putperestliğin hüküm sürdüğü, İslam'ın öncesini oluşturan bir dönemdir. Ancak cahiliye dönemi, sadece bir inanç sistemi dönemini temsil etmekle sınırlı kalmayıp; aynı zamanda Arap edebiyatının şekillenmesinde ve gelişmesinde de derin bir etki bırakmıştır. Arap edebiyatına ve özellikle de Arap şiirine kimliğini kazandıran ve sahip olduğu kaliteye ulaşmasını sağlayan en önemli faktörlerin başında eleştiri kültürü gelmektedir. Özellikle cahiliye döneminde zirveye çıkan Arap şiiri, toplumda amatör ve profesyonel kişiler tarafından uygulanan bir tenkit birikiminin sonucudur. Bu tenkit kültürünün örnekleriyle birlikte incelenmesi o dönemin eleştiri kültürünü ve mantığını anlamak için önem arz etmektedir.

Edebi tenkit, edebi eserlerin değerlendirilmesi, analizi ve eleştirisi anlamına gelir. Cahiliye döneminde edebi tenkit uygulamaları, sadece estetik bir zevki ifade etmekle kalmamış, aynı zamanda toplumsal ve kültürel dinamiklerin bir yansıması olarak da öne çıkmıştır. Şairlerin eserleri toplumsal bir ayna olarak hizmet etmiş, okuyucuların ve dinleyicilerin duygusal tepkilerini ve düşüncelerini yansıtarak edebiyatın evrimsel sürecine katkı sağlamıştır. Bu çalışma da Arap yarımadasının cahiliye dönemindeki edebi tenkit uygulamalarını ele alarak, edebi tenkidin nasıl işlediğini ve geliştiğini incelemeyi amaçlamaktadır. Çalışmamız aynı zamanda, günümüz Arap edebiyatı eleştirisine temel oluşturan bu cahiliye dönemi edebi tenkit uygulamalarının izini sürmeyi ve günümüz anlayışının nasıl bir kökene dayandığını örnekleriyle ortaya koymayı hedeflemiştir.

Çalışmamızda Şevkî Dayf'ın *en-Nakd* isimli eseri başta olmak üzere, Arap edebiyatı ve edebi eleştiri konularına dair azılmış Türkçe/Arapça kitap ve makalelerden istifade edilmiştir.

1. NAKD KAVRAMI

“Nakd/نقد” kelimesi Arapça sülâsî mücerred birinci baptan نَقَدَ - نَقْدٌ fiilinin masdarı olup sözlükte “eleştirmek”, “incelemek”, “seçip almak”, “vermek” ve “peşin ödeme yapmak” gibi anlamlara gelir.¹ Bir edebiyat kavramı olarak nakd, Abbasiler devrinden beri, edebi parçaların analiz edilmesi ve sanatsal yönünün

¹ Mevlüt Sarı, *el-Mevârid Arapça - Türkçe Lügat* (İstanbul: İpek Yayınları, 1982), 1547; Serdar Mutçalı, *Arapça-Türkçe Sözlük* (İstanbul: Dağarcık Yayınevi, 2011), 908.

değerlendirilmeye tabi tutulması anlamında kullanılmaktadır. Abbasiler döneminden önce ise bu kavram bir edebi eseri kötüleme veya övme anlamında kullanılmıştır.² Ancak kelime bundan daha önce “gerçek altın ve gümüşü sahtesinden ayırmak” anlamında kullanılmaktaydı.³ Daha sonraki dönemde dilliler sanatsal değeri olan eserleri (şiir veya düz yazıları) sanatsal değeri olmayanlardan ayırmak için istiare yolu ile nakd kelimesini kullanmışlardır.⁴

Arapçada “edebiyat eleştirisi” anlamında kullanılan tabir “en-nakdu’l-edebî” şeklindedir.⁵ Edebi eleştiri yapan kişi için “nâkid/نكيد” çoğul olarak da “nukkâd/نقاد” kelimesi kullanılır. “Türkçedeki “tenkît/تنقيد” kelimesinin Arapçada bu anlamda bir kullanımı yoktur. Araplar eleştiri anlamında نقد veya انتقد fiilini kullanırlar.⁶ Ancak Türkçede “eleştiri” anlamında daha çok “tenkit” kelimesi kullanıldığı için biz de çalışmamızda “edebi tenkit” ve “edebi eleştiri” kavramlarını tercih edeceğiz.

Edebi tenkit ilmi, edebiyatın gelişmesinden ve yayılmasından sonra ortaya çıkmıştır. Zira edebi tenkidin konusu edebiyatın ürettiği malzemelerdir. Dolayısı ile tenkit ilmi bir başka sanatı kendisine konu edinip, ölçülerini ve kurallarını onun üzerinde icra etmektedir. Tenkidin bir sanat olarak isimlendirilmesinin sebebi ise eleştirmenlerin görüşlerini ifade ederken manaya dikkat ettikleri gibi sanatsal bir şekilde kullandıkları lafızlara da dikkat etmeleridir.⁷

Konularının edebi kelimeler olması hasebiyle edebi tenkit ilmi ile belagat ilmi arasında bir benzerlikten söz edilebilir. Ancak, bu iki ilmin yaklaşımı ve odaklandıkları noktalar farklıdır. Belagat ilminde, bir edebi ürünün, onu oluşturan kişiyle olan ilişkisi detaylı şekilde ele alınmazken, edebi tenkitte bu ilişki değerlendirmelerde önemli bir rol oynar. Aynı şekilde, belagat ilminde metindeki duygusal ifadelerin içeriği değil, bu duyguların nasıl ifade edildiği önemlidir. Yani, bir edebi metin dil ve anlam yönünden kusursuzsa, belagat ilmine göre başarılı bir örnek olarak kabul edilir. Belagat ilmi duygusal içeriğe fazla odaklanmaz. Ancak edebi tenkit, metni hem açık hem de gizli yönleriyle inceler ve bu analizlere dayanarak değerlendirmeler yapar. Belagat ilmi ise daha çok metnin görünen yönüyle ilgilenir.⁸

² Şevki Dayf, *en-Nakd* (Kahire: Dâru’l-Meârif, 1954), 11.

³ Ebü’l-Fazl İbn Manzûr, *Lisânu’l-Arab* (Beyrut: Dâru Sader, 1994), 3/425.

⁴ Dayf, *en-Nakd*, 11.

⁵ Ahmed Emîn, *en-Nakdu’l-Edebî* (Kahire: Müessesetü’l-Hindâvî, 2012), 13.

⁶ Ferhat Yılmaz, “Arap Edebiyatında Tenkidin Seyri”, *Ç. Ü. İlahiyat Fakültesi Dergisi* 4/1 (2004), 241.

⁷ Dayf, *en-Nakd*, 9.

⁸ Dayf, *en-Nakd*, 11; Emîn, *en-Nakdu’l-Edebî*, 20.

2. CAHİLİYE DÖNEMİ VE ŞİİR

Arap yarımadasında İslamiyetten önceki yaklaşık iki yüz süren ve putperestliğin hüküm sürdüğü döneme cahiliye dönemi denir. Bu döneme bu ismin verilmesi inanç ve toplumsal değerlerle ilgili yozlaşmadan kaynaklanmaktadır.⁹ Cahiliye dönemi denildiğinde putperestlik inancından sonra akla gelen ilk şey dönemin edebiyat ürünleridir. Bu dönemde, edebi ürünler arasında en öne çıkanı, hiç şüphesiz, şiirdir. O dönemin şiiri en az iki bin yıllık Arap şiir kültürünün zirvedeki bir temsilcisi gibiydi.¹⁰ Şiir Arap toplumunun tüm tabakalarını içine çeken bir ilgi alanı olmuş; şiir inşad etmek, okumak, ezberlemek ve aktarmak Arap toplumunun son derece değerli bulduğu edebi etkinlikler olmuştur.¹¹ Çünkü o dönemde şiir, yalnızca şairlerin duygularını yansıtan edebi bir ürün olmanın ötesinde, toplumun tarihini, savaşlarını ve diğer kritik olaylarını kayıt altına alan ve geleceğe taşıyan bir mekanizma işlevi görmüştür.¹² Nitekim “Şiir Arapların divanıdır” ifadesi, şiirin Arap toplumundaki yerini net olarak göstermektedir.¹³

Buna ek olarak, İslamiyet öncesi Arap toplumunda oldukça yaygın olan kabilecilik anlayışında da şairler ve şiirler önemli rol oynamıştır. Çünkü şairlerin üstlendiği rollerden birisi de kendi kabilelerinin olumlu yönlerini şiirleri aracılığıyla anlatmak ve kazandıkları zaferleri şiirlerle kalıcı hale getirmektir.¹⁴ Bu nedenle, bir kabilede yetenekli bir şairin bulunması, o kabileyi gururlandıran bir unsur olarak kabul edilmiştir.¹⁵ Cahiliye dönemi şairleri şiirlerini bir nevi kutlama ile halka duyurur ve onların beğenisini kazanmaya çalışırdı. Ancak bu dönemdeki şairler kendi kabilesinin halkı ile ve onların beğenileri ve övgüleri ile yetinmeyip gözlerini daha geniş ufuklara, daha kalabalık kitlelere ve daha büyük bir şöhrete dikmişler ve nitekim hicaz bölgesinin pek çok yerinde şiirlerin okunduğu panayırlar düzenlenir olmuştur.¹⁶ Bu panayırlarda şiir ve hutbe gibi nazım ve nesr türünden edebi ürünler arz edilir, insanların beğenisine sunulur ve nihayet hakem olarak kabul ettikleri bir kişi bu kasideleri değerlendirirdi.¹⁷ Özellikle Mekke yakınlarında düzenlenen Ukâz panayırı bu anlamda öne çıkmış,

⁹ Mustafa Fayda, “Cahiliye”, *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi* (İstanbul, 1993), 7/19.

¹⁰ Ömer Ferrûh, *Tarîhu 'l-edebi 'l-arabî* (Beyrut: Dârul-ilm, 1981), 73.

¹¹ Nihad Mazlum Çetin, “Arap”, *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi* (İstanbul: TDV Yayınları, 1991), 3/321.

¹² Auguste Babel, *Hız. Muhammed ve Arap Kültürü*, çev. Veysel Atayman (İstanbul: Alan Yayıncılık, 1997), 112.

¹³ Mehmet Yalar, “Arap Şiiri”, *İslam Medeniyetinde Dil İlimleri*, ed. İsmail Güler (İstanbul: İSAM, 2015), 312.

¹⁴ Betül Can, “Cahiliyye Döneminde Edebî Eleştirisi”, *EKEV Akademi Dergisi* 42 (2010), 225.

¹⁵ Nihad Mazlum Çetin, *Eski Arap Şiiri* (İstanbul: Kapı Yayınları, 2019), 10.

¹⁶ Çetin, “Arap”, 3/322.

¹⁷ Reşid el-Ubeydî, *Dirâsât fî 'n-nakdi 'l-arabî* (Bağdat: Matbaatu'l-Maârif, 1969), 58.

bu panayırda beğenilen şiirler altın suyuyla yazılıp Kâbe'nin duvarına asılmıştır.¹⁸ Bu şekilde meşhur olan yedi kaside “muallakât-ı seb‘a” olarak bilinir.¹⁹ Bu büyük panayırların dışında kabilelerin kendi içinde düzenlediği küçük panayırlarda da o kabilenin şairleri şiirlerini okur ve insanlara arz ederdi.²⁰

3. CAHİLİYE DÖNEMİ EDEBİ TENKİT UYGULAMALARI

Cahiliye dönemi Arap edebiyatında eleştirinin doğuşu ilk olarak şairler arasında başlamış ve uzun süre bu şekilde devam edegelmiştir. Zira ilk olarak Arapça ile ilgili ilimlerle şairler ilgilenmiş ve bu arada edebi eleştirinin de temellerini atmış ve kurallarını belirlemiştir. Bu sebeple tenkitle ilgili ilk çalışmaları cahiliye dönemi şairlerinin şiirlerinde görmek mümkündür.²¹ Şüphesiz cahiliye dönemi şairlerinin şiirler ile ilgili görüşlerinin tamamı bizlere ulaşmamıştır. Ancak o dönemin şairlerinden özellikle insanlara şiir eğitimi verenlerin şiirler hakkındaki yorum ve görüşlerinin çok fazla olduğu bilinmektedir. Zira bu şairler aynı zamanda şiirler ve şairler hakkında yorumlar yapan birer eleştirmendi. Bu isimlerin en bilineni Nâbiga'dır. Nâbiga'nın övdüğü ve şiirini beğendiği şairin önü açılır ve kısa zamanda herkes tarafından tanınırdı. A'sâ ve Hansâ, Nâbiga'ya Ukâz panayırında şiir okuyup onun övgüsüne mazhar olduktan sonra meşhur olmuş şairlerdendir.²² Bu da o dönemde edebi eleştirinin ne kadar etkili ve önemli olduğunu açıkça göstermektedir. Çalışmanın bundan sonraki kısmında cahiliye dönemine dair rivayet edilen edebi tenkit uygulamalarına dair örnekler aktarılacaktır.

Birinci Örnek:

Cahiliye şairlerinden biri olan ve sanc (Halile)²³ denilen bir müzik aleti çalarak şiir okuduğu için “Sannâcetu'l-Arab/صانعة العرب”²⁴ olarak isimlendirilen A'sâ, mahalle mahalle gezip şiirleri söyler, insanlar da onu dinlemek için etrafında toplanıp hediyeler verirdi. Ayrıca insanlar onun şiirleri hakkında konuşur, bazı kimseler onun lehinde bazıları da -kendi kabilesinin şairlerini ön plana çıkarmak için- aleyhinde yorumlar yapardı. Ancak durum sadece A'sâ'ya özel bir durum olmayıp panayırlarda ve mahallelerde şiir okuyan bütün şairleri için geçerlidir. İnsanlardan bir kısmı bu şairlerin şiirlerini beğenirken kimi de

¹⁸ Yalar, “Arap Şiiri”, 312.

¹⁹ Ahmet Kazım Ürün, *Klasik Arap Edebiyatı* (Konya: Çizgi Kitabevi, 2015), 19.

²⁰ Ferrûh, *Tarihu 'l-edebi 'l-arabi*, 73.

²¹ Dayf, *en-Nakd*, 21.

²² Mehmet Akif Özdoğan, “Klasik Arap Edebi Tenkidine Genel Bir Bakış”, *KSÜ Sosyal Bilimler Dergisi* 12/1 (2015), 3.

²³ Vurmalı bir çalgı olup, Osmanlıda mehter korosunda da kullanılmıştır.

²⁴ Ferrûh, *Tarihu 'l-edebi 'l-arabi*, 222.

güzel bulmayıp olumsuz yorumlar yapmış ve hatta bazıları daha ileri giderek alay etmiştir.²⁵

Cahiliye döneminde insanların edebiyatla ilgili görüşlerini belirtmeleri ve değerlendirmelerde bulunmaları ilk olarak bu şekilde başlamıştır. Bu dönemde bu tarz bir değerlendirme faaliyetinin bulunması da insanlarda sanatsal zevkin geliştiğine işaret etmesi bakımından önem arz etmektedir. Bu da şairleri daha güzel şiirler yazmaya ve yazdıkları şiirleri insanlara okumadan önce tekrar tekrar gözden geçirmeye sevk etmiştir.²⁶

İkinci Örnek:

İnsanların şiire ve şairlere yönelik eleştirileri bir süre sonra şiirlerle ilgili belli biçim ve temaların oluşmasına yol açmıştır. Bundan dolayı şairler şiirlerini hep aynı konular üzerine yazmışlar ve hatta bazıları aynı lafızları kullanmışlardır. Şair Zühre b. Ebî Sülmâ (ö. 609) bu durumu eleştirmek için şu beyti yazmıştır:

“ما أرا [] نقول إلا معاراً ** أو معاداً من لفظنا مكروراً”

“*Ne oluyor bize, şiirler söylüyoruz – ödünç alınmış, yinelenmiş ve tekrar edilmiş sözlerle*”²⁷

Bu dönemdeki şairler tenkide maruz kalmamak için ortak bir sanatsal üslup ile şiir yazarlar ve bu üslubun dışına çıkamazlardı. Örneğin bir kaside veya diğer ismi ile mutavvel²⁸ şiir yazacak olan şairin, bir kişinin boyu posu ve memleketi üzerine ağıt yakarak başlaması, sonra çölde yaptığı yolculuğu ve devesini anlatması ve daha sonra ise şiirin asıl yazılma amacı olan kişiyi övmesi veya kötülemesi gerekirdi. Ancak bunları yaparken dilediği şekilde kelimeler ve ifadeler kullanamazdı. Bu dönemdeki şairlerin, kendinden öncekilerin ve kendi zamanındakilerin kullandığı sabit kelimelere ve kalıplara sıkı sıkıya bağlı kalması gerekirdi. Ancak bu şekilde insanlar onu dinlemeye devam eder ve o da insanlar üzerinde istediği etkiyi bırakabilirdi.²⁹

²⁵ Dayf, *en-Nakd*, 21.

²⁶ Mehmet Akif Kireççi, “Arap Edebiyatında Eleştiri Tarihine Giriş”, *Tezkire Dergisi* 1 (1991), 98.

²⁷ Cevad Ali, *el-Mufasssal fî tarihi 'l-arab kable 'l-Islâm* (Beyrut: Dâru's-Sâki, 2001), 18/6.

²⁸ On beş beyitten uzun olan şiirlere verilen isim.

²⁹ Dayf, *en-Nakd*, 22.

Üçüncü Örnek:

Şairler bazen şiirle ilgili teknik konulardan bağımsız bir hata yaparlar ve bu da şiirlerinin tenkide uğramasına sebep olurdu. Şâir Tarafe b. el-Abd'in aktardığına göre o henüz çocukken Müseyyeb b. Als'in³⁰ şu beytini dinlemiştir:

“وقد أتتأسى لهم عند ادكاره ** بناج عليه الصبعية مكدم”

“Hatırlayınca, unuturum gamı kederi - Üzerinde say'ariyye dövmesi bulunan devemi”

Müseyyeb'in bu şiirini duyan Tarafe onu eleştirmiştir. Çünkü Müseyyeb'in devesi erkek devedir. Oysa say'ariyye denilen dövme sadece dişi develerin boynunda bulunurdu. Tarafe, *“Müseyyeb erkek deveyi dişi yaptı”* diyerek eleştirisinin sebebinin bu olduğunu aktarmıştır.³¹ Bu eleştiri aslında şiirin kafiye ve vezin gibi teknik bir yönünden ziyade şairin dikkatsizliğine yönelik yapılmış bir eleştiridir.

Dördüncü Örnek:

Cahiliye dönemi şiirlerinde sıkça yapılan bir hata olan iqvâ -beytlerin son hareketlerinin farklı olması sebebiyle kafiye uyumunun bozulması durumu- bu dönemde bazı eleştirilere maruz kalmıştır.³² Dönemin usta şairleri bu hatadan kaçınmaya çalışsa da onlar da bundan nasibi almaktan kurtulamamıştır. Rivayet edildiğine göre İmrûülkays b. Hucr ve Nâbîga ez-Zübyânî gibi şairler dahi bazen şiirlerinde iqva yaparlardı.³³ Bu rivayetlerden birine göre Nâbîga bir defasında Medine'ye geldi ve bu şekilde şiir okuyunca insanlar onu eleştirdiler.³⁴ Nâbîga'nın eleştiriyeye tabi tutulan şiirlerinden biri şudur:

أمن آل مية رائج أو مغتدي *** عجلان ذا زاد وغير مزود

زعم البوارح أن رحلتنا غدا *** ويذاك خير الغراب الأسود

“Meyye'nin ailesinden bu gece veya sabah göç eden mi var?

Bu ne acele böyle veda etmeden, helalleşmeden?

Oysa kuşlar sizin yarın gideceğinizi duymuşlar

Siyah kargalar da bu haberi bize böyle taşıdılar”

³⁰ Bazı rivayetlerde bu kişinin el-Mütelemmis olduğu da söylenmiştir. Şiirin lafzıyla ilgili farklı rivayetler de bulunmaktadır.

³¹ Ebu'l-Fadl Meydânî, *Mecmeu'l-emsâl*, thk. Muhammed Muhyiddin Abdulhamîd (Beyrut: Dâru'l-Ma'rife, 2004), 2/93.

³² Ali, *el-Mufasssal fi tarihi'l-arab kable'l-İslâm*, 17/204.

³³ Abdullah b. Tayyib el-Meczüb, *el-Murşid ilâ fehmi eş'âri'l-arab* (Kuveyt: Dâru'l-Âsâri'l-İslamiyye, 1989), 1/43; Şihabuddîn Ahmed b. Yusuf Leblî, *Tuhfetu'l-mecdi's-sarih* (Mekke, 1997), 65.

³⁴ Dayf, *en-Nakd*, 24.

Çünkü birinci beytin son harekesi kesra iken, ikinci beytin son harekesi damme olmuştur. Bu hatanın insanlar tarafından fark edilmesi ve eleştirilmesi üzerine Nâbiga ikinci beyti değiştirip diğerine uygun hale getirmiştir. Nâbiga'nın bu hatasından sonra bir daha asla iqvâ yapmadığının rivayet edilmesi onun gibi bir şair üzerinde dahi edebi tenkidin ne derece etkili olduğunu göstermesi bakımından önemlidir.³⁵

İqvâ hatasının o dönemki şiirlerde –hatta Nâbiga gibi birinin şiirinde dahi- yer almasının sebebi belki de şairlerin bazen beytin son harekesini okumamasıdır. Çünkü son hareke okunmadığı zaman iqvâ hatası anlaşılmaz. Bir rivayete göre Nâbiga'nın bu hatasının anlaşılması için başka bir kişi şiiri özellikle son hareketlerini vurgulayarak okumuştur.³⁶ Sonuç olarak insanların bu hatayı anlaması ve dikkat çekmesi onlarda gelişmiş olan nahiv ve şiir zevkini göstermektedir. Bu hatanın özellikle İslamiyetten sonra tamamen ortadan kalktığı da söylenir.³⁷

Beşinci Örnek:

Bu dönemde bazı duyguların hoş olmayan bir üslupla ifade edilmesi de eleştirilmiştir. Örneğin Şâir Şemmâh, Hristiyan olan Evs kabilesinin ileri gelenlerinden birinin vaftiz annesini övme sadedinde, devesine hitap ederek şu şiiri yazmıştır;

إذا بلغتني وحملت رحلي *** عرابة فاشرفي بدم الوتين

“*Sen, sırtında vaftiz anasını taşıyıp gelince - kanım fışkırır, boğulurum sevince*”

Şemmâh'ın bu şiirini Uheyha b. el-Cüllâh eleştirmiş ve böyle bir övme şeklinin uygun olmadığını söylemiştir.³⁸

Altıncı Örnek:

Bu dönemde edebi eleştiri bazen kimin daha iyi bir şair olduğu tartışması üzerine gerçekleşebiliyordu. Hatta bu tartışma bazen iki şair arasında vuku buluyor ve aralarında hüküm vermesi için üçüncü bir şaire müracaat ediliyordu.

³⁵ Ebu Muhammed Abdullah b. Müslim İbn Kuteybe, *Kitâbu 'ş-Şi'r ve 'ş-Şuarâ* (Kahire: Dâru'l-Hadîs, 2002), 1/156.

³⁶ Muhammed Amir Halife, “en-Nakdu'l-Edebî fi'l-asri'l-câhili”, *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 4 (2016), 53.

³⁷ el-Meczûb, *el-Murşid ilâ fehmi eş 'âri'l-arab*, 1/44.

³⁸ Dayf, *en-Nakd*, 25.

Bu da karşılaştırmalı tenkidin ortaya çıkışına zemin hazırlıyordu.³⁹ İmruülkays ve Alkame b. Abede arasındaki tartışma bunun en tipik örneklerinden birisidir. Rivayete göre bu iki şair kimin daha iyi şair olduğu konusunda tartıştılar ve aralarında hüküm vermesi için İmruülkays'ın eşi Ümmü Cündeb'e gittiler. Ümmü Cündeb her ikisinden de tek bir vezin ve aynı kafiye ile atları ile ilgili birer kaside yazmalarını istedi. Bunun üzerine her ikisi de birer kaside yazıp Ümmü Cündeb'e sundular.⁴⁰

İmruülkays'ın beyti:

فللسوط أهوب وللحاق درة *** وللزجر منه وقع أخرج مهذب

“Kamçı ateşler, baldır darbesi ise kamçılar, azarlamak ise hızını artırır”

Alkame'nin beyti:

فأدركهن نيا من عنانه *** يمر كمر الراح المتحلب

“Onlara ikinci bir kez başından yetiştirdi, sanki o kesifbir bulutun gidişi gibi giderdi.”

Ümmü Cündeb, Alkame'nin daha iyi şair olduğunu söyleyince İmruülkays buna itiraz etti ve hükmünün sebebini sordu. Ümmü Cündeb bu itiraza şu karşılığı verdi: “Alkame 'nin tasvir ettiği at, senin tasvir ettiğin attan daha iyidir. Senin atın iyi olmadığından, onu harekete geçmesi için ittin ve kırbaçladın. Halbuki Alkame'nin atı iyi olduğundan onu itmedi ve kırbaçlamadı”⁴¹

Bütün bu yorumlar ve görüşler, günümüzdeki edebi eleştiri ile mukayese edildiğinde basit ve sade olarak görülmektedir. Çünkü bu dönemde eleştiri tamamen hisler ve basit sanat zevki ile yapılıyordu ve günümüzdeki kadar karmaşık bir halde değildi. İmruülkays'ın karısının verdiği hükmün edebi eleştiri kapmasında değerlendirilmesi de bunu göstermektedir. Çünkü o, hüküm verirken sadece bir beyit üzerinden değerlendirme yapmıştır. Bunun sonucunda da Alkame'nin daha iyi bir şair olduğunu söylemiştir. İlgili beyitte Alkame daha iyi bir ifade kullanmış olabilir. Ancak bu onun İmruülkays'tan daha iyi bir şair olduğunu göstermez.⁴²

³⁹ Mehmet Akif Özdoğan, “Klasik Arap Edebiyatında Edebi Tenkidin Ortaya Çıkışı”, *Nüşa Şarkiyat Araştırmaları Dergisi* 7 (ts.), 142.

⁴⁰ Dayf, *en-Nakd*, 25.

⁴¹ Ebu Ubeydullah Merzubânî, *el-Muveşşeh*, thk. Muhammed Hüseyin Şemsuddîn (Beyrut: Dâru'l-kutubi'l-ilmîyye, 1995), 39.

⁴² Dayf, *en-Nakd*, 25.

Yedinci Örnek:

Bazı tenkit uygulamalarında görüldüğü üzere bazen bir şair sadece şiirini değerlendirmesi için toplum nezdinde muteber olan bir şairin yanına gider ve ona şiirini okur, şair de o şiirle ilgili yorum yapardı. Ukâz panayırında bu amaçla şair Nâbiga ez-Zübyânî için kırmızı deriden bir çadır kurulur ve insanlar onun huzurunda şiir okurdu. Yine böyle bir günde Önce A'sâ gelip Nâbiga'ya şiirini okuyup çıkmış, hemen ardından da Hassân b. Sâbit (ö. 60/680) gelmiştir.⁴³ Nâbiga Hassân b. Sâbit'in şiirindeki şu beyitleri eleştirmiştir:

لنا الجففات الغر يلمعن بالضحي ... وأسيفنا يقطرن من نجدة دما

ولد بني العنقاء وابن محرق ... فأكرم بنا حالا بنا ابنما

“Büyük tabaklarımız var bizim – Sabahları parıldar
Yardım dileyenlerden sebep – Kılıçlarımızdan kan damlar.
Anka oğullarını ve Muharrik'in iki oğlunu dünyaya getirdik,
Biz ne kadar değerli dayılarız ve oğullarız.”

Hassân b. Sâbit bu şiirde sabahları kurduğu büyük sofralardan, yardım isteyenler için savaşmalarından ve kendilerinin soyundan gelen kimselerden bahsederek kendi kavmini övmek istemiştir. Ancak Nâbiga, Hassân b. Sâbit'in şiirinde tercih ettiği bazı lafızları eleştirmiştir. Örneğin Hassân'ın kullandığı “جففات” kelimesi düzenli çoğul olup sayıya ilgili bir ip ucu vermez. Nâbiga bu kelime yerine 10 ve üzeri sayılara işaret eden cemi kesret veznindeki “جفان” kelimesinin kullanılmasının daha doğru olacağını söylemiştir. Ayrıca Nâbiga “sabah vakti” ifadesi yerine “gece” ifadesinin daha uygun olacağını söylemiştir. Çünkü gece vakti misafir daha fazla olur. Ayrıca “damlar/يقطرن” ifadesi yerine “akar/يجري” ifadesinin daha uygun olacağını söyler. Çünkü bu daha şiddetli savaşmış olmaya işaret eder.⁴⁴ Ayrıca Nâbiga, Hassân b. Sâbit'in çocuklarından bahsedip atalarından bahsetmemesini de eleştirmiştir.⁴⁵

Nâbiga'nın bu eleştirisinde iki husus dikkat çekicidir. O bir yandan şiirde kullanılan lafızları eleştirirken bir yandan da şiirin içeriğini eleştirmiştir. Şiirin lafızlarına yönelik getirdiği eleştiriler rasyonel olarak değerlendirilir. Ancak içeriğe yönelik getirdiği eleştiri o dönemin toplumunda önemli bir husus olan

⁴³ Ebu Ahmed Askerî, *el-Masûn fi'l-edeb*, thk. Abdusselam Muhammed Hârûn (Kuveyt: Matbaatu Hukûmeti'l-Kuveyt, 1984), 3.

⁴⁴ Muhammed Hüseyin Ebû Mûsâ, *el-Belâğatu'l-Kur'âniyye fi tefsiri'z-Zemahşerî* (Kahire: Mektebetu Vehbe, 1988), 129.

⁴⁵ Askerî, *el-Masûn fi'l-edeb*, 4.

atalarla övünme adetiyle ilgili sosyal bir ön kabulden kaynaklanmaktadır. Bu da edebi eleştirinin rasyonel olduğu kadar izafî taraflarının da olduğunu göstermektedir.

SONUÇ

Cahiliye dönemi Arap edebiyatında edebi eleştiri, şairler arasında başlayarak geniş bir yelpazede tezahür etmiştir. Bu eleştiri biçimleri, hem şairlerin içsel duygularını yansıtan birer edebi ürün hem de toplumsal, kültürel ve tarihsel bir kaynak olarak işlev görmüşlerdir. Bu çalışmada ele alınan örnekler, cahiliye döneminde edebi eleştiri uygulamalarının çeşitli yönlerini ortaya koymuştur. Cahiliye dönemindeki edebi eleştirinin ilk biçimi, geniş halk kitlelerinin şairleri dinleyip yorumlaması şeklinde olmuştur. Burada insanların sahip oldukları anlık duygusal tepkiler ve sanatsal zevk ön plandadır. Diğer bir eleştirme biçimi ise profesyonel şairler arasında gerçekleşiyordu. Bu şairler, dinledikleri şiirleri sadece beğenmek veya hoşnutsuzluklarını dile getirmekle kalmıyor, aynı zamanda öğrencilere rehberlik eden öğretmenler gibi yorumlar ve görüşler sunuyorlardı. Eleştiri pratiğinde yer alan örneklerde görüldüğü üzere, cahiliye döneminde eleştiri sadece içerik ve ifade üzerine değil, şiirin teknik yönleri üzerine de odaklanıyordu. Şiirlerdeki kafiye uyumu, vezin, lafızların doğru kullanımı gibi teknik unsurlar eleştirinin temelini oluşturuyordu. Ayrıca şairlerin duygusal ifadeleri, içerikleri ve üslupları da eleştirinin odağında yer alıyordu. Edebi eleştiri, dönemin kültürel ve sosyal yapısını yansıtmaya bakımından da önemlidir. Çünkü şiirler sadece bireysel duyguları değil, aynı zamanda toplumsal olayları, kabilecilik anlayışını, tarihî olayları ve kişisel övgüleri yansıtıyordu. Bu nedenle eleştirinin odak noktası sadece sanatsal yönler değil, aynı zamanda toplumsal değerlerdi. Bu sebeple toplumsal değerin ihmal edildiği bir şiir de eleştirilebiliyordu. Ancak bütün bunlara rağmen bu dönemdeki edebi eleştirinin günümüzdeki gibi sistematik ve kriterleri belli olan bir disiplin olduğunu söylemek de mümkün değildir. Bu dönemde yapılan eleştiriler daha ziyade kişisel beğeni ve sanat zevkine dayalı olarak yapılmıştır. Cahiliye dönemi edebi eleştirisi hem şairlerin yeteneklerini geliştirmelerine hem de toplumsal zevkin oluşmasına katkı sağlamış, Arap edebiyatının temellerini atmış ve gelecek dönemlerdeki edebi eleştiri uygulamalarının da köklerini oluşturmuştur.

KAYNAKÇA

- Ali, Cevad. *el-Mufasssal fî tarihi'l-arab kable'l-İslâm*. 20 Cilt. Beyrut: Dâru's-Sâkî, 2001.
- Askerî, Ebu Ahmed. *el-Masûn fî'l-edeb*. thk. Abdusselam Muhammed Hârûn. Kuveyt: Matbaatu Hukûmeti'l-Kuveyt, 1984.
- Babel, Auguste. *H. Muhammed ve Arap Kültürü*. çev. Veysel Atayman. İstanbul: Alan Yayıncılık, 1997.
- Can, Betül. "Cahiliyye Döneminde Edebî Eleştiri". *EKEV Akademi Dergisi* 42 (2010).
- Çetin, Nihad Mazlum. "Arap". *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi*. C. 3. İstanbul: TDV Yayınları, 1991.
- Çetin, Nihad Mazlum. *Eski Arap Şiiri*. İstanbul: Kapı Yayınları, 2019.
- Dayf, Şevki. *en-Nakd*. Kahire: Dâru'l-Meârif, 1954.
- Ebû Mûsâ, Muhammed Hüseyin. *el-Belâğatu'l-Kur'âniyye fî tefsîri'z-Zemahşerî*. Kahire: Mektebetu Vehbe, 1988.
- Emîn, Ahmed. *en-Nakdu'l-Edebî*. Kahire: Müessesetü'l-Hindâvî, 2012.
- Fayda, Mustafa. "Cahiliye". *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi*. C. 7. İstanbul, 1993.
- Ferrûh, Ömer. *Tarihu'l-edebi'l-arabî*. Beyrut: Dâru'l-ilm, 1981.
- Halife, Muhammed Amir. "en-Nakdu'l-Edebî fî'l-asri'l-câhilî". *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 4 (2016), 41-68.
- İbn Kuteybe, Ebu Muhammed Abdullah b. Müslim. *Kitâbu's-Şi'r ve's-Şuarâ*. Kahire: Dâru'l-Hadis, 2002.
- İbn Manzûr, Ebû'l-Fazl. *Lisânu'l-Arab*. Beyrut: Dâru Sader, 1994.
- Kireççi, Mehmet Akif. "Arap Edebiyatında Eleştiri Tarihine Giriş". *Tezkire Dergisi* 1 (1991), 95-106.
- Leblî, Şihabuddîn Ahmed b. Yusuf. *Tuhfetu'l-mecdi's-sarih*. Mekke, 1997.
- Meczûb, Abdullah b. Tayyib el-. *el-Murşid ilâ fehmi eş'âri'l-arab*. Kuveyt: Dâru'l-Âsâri'l-İslamiyye, 1989.
- Merzubânî, Ebu Ubeydullah. *el-Muveşşeh*. thk. Muhammed Hüseyin Şemsuddîn. Beyrut: Dâru'l-kutubi'l-ilmiyye, 1995.
- Meydânî, Ebu'l-Fadl. *Mecmeu'l-emsâl*. thk. Muhammed Muhyiddîn Abdulhamîd. Beyrut: Dâru'l-Ma'rife, 2004.
- Mutçalı, Serdar. *Arapça-Türkçe Sözlük*. İstanbul: Dağarcık Yayınevi, 2011.
- Özdoğan, Mehmet Akif. "Klasik Arap Edebî Tenkidine Genel Bir Bakış". *KSÜ Sosyal Bilimler Dergisi* 12/1 (2015).
- Özdoğan, Mehmet Akif. "Klasik Arap Edebiyatında Edebî Tenkidin Ortaya Çıkışı". *Nüşa Şarkiyat Araştırmaları Dergisi* 7 (ts.).
- Sarı, Mevlüt. *el-Mevârid Arapça - Türkçe Lügat*. İstanbul: İpek Yayınları, 1982.

- Ubeydî, Reşîd el-. *Dirâsât fi 'n-nakdi 'l-arabî*. Bağdat: Matbaatu'l-Maârif, 1969.
- Ürün, Ahmet Kazım. *Klasik Arap Edebiyatı*. Konya: Çizgi Kitabevi, 2015.
- Yalar, Mehmet. “Arap Şiiri”. *İslam Medeniyetinde Dil İlimleri*. ed. İsmail Güler. İstanbul: İSAM, 2015.
- Yılmaz, Ferhat. “Arap Edebiyatında Tenkidin Seyri”. *Ç. Ü. İlahiyat Fakültesi Dergisi* 4/1 (2004).

11. Bölüm

Siyasal İdeolojilerin Göçmenlere Yönelik Olumsuz Tutum Üzerindeki Etkisi: Karabük Üniversitesi Öğrencileri Örneği

Deniz ALCA¹

Sanem YAMAK²

1 Dr. Öğretim Üyesi, Karabük Üniversitesi, İktisadi idari Bilimler Fakültesi, Uluslararası İlişkiler Bölümü, Karabük, denizalca@karabuk.edu.tr, Orcid: 0000-0002-0306-8057

2 Dr. Öğretim Üyesi, Karabük Üniversitesi, İktisadi idari Bilimler Fakültesi, Uluslararası İlişkiler Bölümü, Karabük, syamakates@karabuk.edu.tr, Orcid: 0000-0002-9282-5485

ÖZET

Son on yılda dünya çapında artan insan hareketliliği ve yükselen kalıcı göçmen nüfusu, göç alan ülkelerin toplumlarında göçmen karşıtı tutumlarda yükselişe sebep olmaktadır. Türkiye özellikle Ortadoğu'daki iç karşılıklar sonrasında yoğun göç alan ülkelerin başında geldiğinden Türkiye toplumunda göçmenlere karşı ortaya çıkan olumsuz tutumlarda ciddi bir artış gözlenmektedir. Bireylerin çeşitli politik meselelere karşı takındıkları tutumlarda, birer inanç ve değer bütünü olarak ideolojiler neyin doğru neyin yanlış olduğu, neyin tercih edilebilir neyin karşı çıkmayı gerektirir olduğunun belirlenmesindeki rolleri nedeniyle oldukça etkilidir. Bu konuda yapılan birçok çalışmada göçmenlere karşı tutumlar ile siyasi ideolojiler arasında anlamlı ilişkiler saptanmıştır. Bu çalışmanın amacı yükseköğrenim öğrencilerinin göçmenlere yönelik olumsuz tutumları ile benimsedikleri ideoloji arasındaki ilişkinin incelenmesidir. İdeolojilerin siyasi tutum üzerindeki etkisinin eğitim seviyesi arttıkça daha belirgin hale gelmesi sebebi ile bu ilişkiyi saptamak gayesi ile yapılan bu çalışmada evren olarak yükseköğrenim öğrencileri seçilmiştir örneklem Karabük Üniversitesi öğrencilerinden oluşmaktadır. Çalışmamızda katılımcıların hangi siyasi ideolojiye sahip olurlarsa olsunlar, genel olarak olumsuz tutum puanlarının yüksek çıktığı görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: *İdeoloji, göç, göçmen, mülteci, politik tutum*

ABSTRACT

In the last decade, increasing human mobility and the rising permanent immigrant population around the world cause an increase in anti-immigrant attitudes in the societies of the host countries. Since Turkey is one of the countries that receive intense immigration, especially after the internal conflicts in the Middle East, a serious increase is observed in the negative attitudes towards immigrants in Turkish society. In the attitudes of individuals towards various political issues, ideologies as a set of beliefs and values are very influential because of their role in determining what is right and wrong, what is preferable, and what requires opposition. Many studies on this subject have found significant relationships between attitudes towards immigrants and political ideologies. The aim of this study is to examine the relationship between higher education students' negative attitudes towards immigrants and the ideology they adopt. Since the effect of ideologies on political attitudes becomes more evident as the education level increases, higher education students were chosen as the population in this study, which was conducted to determine this relationship, and the sample consisted of students from Karabuk

University. In our study, it was observed that the participants generally had high negative attitude scores regardless of their political ideology.

Keywords: *Ideology, immigration, immigrant, refugee, political attitude*

GİRİŞ

2011 yılında Suriye de dâhil olmak üzere birçok Ortadoğu ülkesini etkisi altına alan kitlesel toplumsal hareketler bölgedeki siyasal istikrarı olumsuz yönde etkilemiş, takip eden süreçte birçok ülkede halen devam etmekte olan iç savaşlar patlak vermiştir. Siyasal ve iktisadi istikrarsızlık ve bunun ürettiği ciddi güvenlik endişeleri nedeniyle milyonlarca insan, yaşadıkları yeri terk etmek zorunda kalmıştır. Güvenlik endişesiyle ülkelerinde ayrılmak zorunda kalan insan sayısının giderek artması, sorunu insani ve küresel boyutuyla da önemli bir gündem konumuna taşımıştır. İkinci Dünya Savaşı'ndan bu yana ilk defa bu yoğunlukta yaşanan insan hareketliliğinin bir diğer ayırt edici yanı da göç edenlerin çoğunun kalıcı ya da uzun süreli yer değiştirenlerden oluşmasıdır.

Güncel rakamlara göre Türkiye yaklaşık 3,6 milyon kayıtlı Suriyeli dâhil Birleşmiş Milletler Mülteciler Yüksek Komiserliği'nin (UNHCR) ilgilendiği farklı ülkelere gelen 320.000 göçmene ev sahipliği yapmaktadır (Alca, 2022, s.219). Türkiye'nin, İkinci Dünya Savaşı'ndan bu yana benzeri görülmemiş insan hareketliliğinin yol açtığı insani krizde en fazla sorumluluğu alan ülke olduğu kesin olarak söylenebilir (Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu, 2020) (Alca, 2022, s.219).

Ülkelerindeki iç savaştan kaçan milyonlarca Suriyeli ülkelere en yakın komşu ülkelere göç etmek zorunda kalmıştır. Göç ve uluslararası insan hareketliliğinin tartışılması gereken birçok boyutu olduğu aşikârdır zira göç toplumsal bağlamda birçok değişim ve olumsuzlukları bünyesinde barındırdığı gibi birtakım fırsatlar da sunmaktadır. “Küreselleşmenin çok boyutlu süreçleriyle birlikte dünya genelinde giderek artan uluslararası göç hareketliliği, içinde bulunduğumuz çağın “göçler çağı” olarak nitelendirilmesine yol açmıştır” (Memişoğlu ve Yiğit, 2019, s. 40). Yaşanan bu olağanüstü durumun ve sürekli artan insan hareketliliğinin başta ev sahibi ülkelerin yurttaşları olmak üzere, dünya genelinde bir göçmen karşıtlığı, göçmenlere karşı olumsuz tutumlarda bir yükselme eğilimi ürettiği birçok çalışmada dile getirilmiş ve çeşitli bağımsız değişkenler bağlamında incelenmiştir (Afyonoğlu ve Buz, 2021, s. 1285). Bu araştırmanın ana sorunsalı bireylerin göçmenlere karşı olumsuz tutumları üzerinde siyasal ideolojilerin etkisi olup olmadığını ortaya koymaktır. “Uluslararası Göç Örgütü’ne (IOM) göre, uluslararası sınırı aşan veya ülke içinde gerçekleşen bir yer değiştirme hareketi, mesafesi, içeriği,

nedenleri ne olursa olsun her türlü insan hareketini kapsayan nüfus hareketleri göç olarak” (İnliceliler, 2019) ve bu hareketliliğe dâhil olanlar da göçmen olarak tanımlanır. Göçmen kavramı en genel anlamıyla mülteci, sığınmacı, geçici koruma vb. kavramların çatısını oluşturmaktadır.

Türkçe kullanımda ‘iltica’ kökünden türeyen ‘mülteci’ kavramı da aslında ‘refugee’ teriminin karşılığıdır ve anlam kaymasına uğrayarak zaman içinde İngilizce ‘migrant’ terimi kapsamına giren toplulukları ifade eder hale gelmiştir. Bu değişimde ‘sığınmacı’ statüsünün Avrupa Birliği (AB) bölgesinde yerleşim amacıyla kullanılmaya başlanması da etkili olmuştur. Anlam kaymasına rağmen terimin doğru karşılığı ‘göçmen’ olmalıdır (Köse, 2016).

Zira Türkiye 1951 tarihli Cenevre sözleşmesine koyduğu coğrafi şartı kaldırmadığından, Türkiye’nin Avrupa ülkeleri haricinde, mülteci ya da sığınmacı alması da mümkün değildir. Dolayısıyla çalışmada şemsiye kavram olarak “göçmen” terimi kullanılacaktır.

Bu çalışmanın ana eksenini siyasi ideolojilerin göçmenlere yönelik tutumlar üzerindeki etkisidir. Siyasal ideolojiler, birey, toplum, devlet, iktidar, özgürlük, eşitlik gibi temel kavram ve olguları ve daha genel anlamda içinde yaşanılan toplumsal düzeni bireyler için anlaşılır kılmaya dönük olarak geliştirilmiş açıklama çerçeveleridir ve bu ideolojiler açıklama yapmakla yetinmeyip olması gerekene dair bir tasarı da sunarlar (MacKenzie, 2003, s. 2). Bu açıdan siyasal ideolojiler normatiftir, değer yüklüdür. İnsan nasıl bir sosyo-politik düzende yaşamalıdır? Ekonomik yaşam nasıl olmalıdır? İktidar kime ait olmalı ve nasıl kullanılmalıdır? Bu sorulara her bir siyasal ideoloji farklı cevaplar verir ve bu ideale nasıl ulaşılacağına dair bir reçete sunar. Bu betimleme ve reçete sunma işlevlerinin yanı sıra ideolojiler, meşrulaştırma, bireyleri belirli temalar etrafında birleştirme ve “siyasal alanda gezinmelerini sağlama gibi işlevlere de sahiptir (Vincent, 2010, s. 18; Örs, 2012, s. 10-12).

Her bir siyasal ideoloji farklı bir açıklama getirdiği, farklı bir ideal düzen önerdiği gibi, farklı bir özneye ayrıcalıklı bir konum ve rol atfeder. Liberalizmde özerk ve rasyonel olduğu varsayılan birey; sosyalizmde üretim ilişkileri içindeki yeri ile tanımlanan sınıf; muhafazakârlıkta doğal bir oluşum, kendi varlığı ve amaçları olan organik bir bütün olarak toplum; milliyetçilikte ulus, faşizmde devlet bu ayrıcalıklı konumu işgal eder. Bu çerçevede her bir siyasal ideoloji birey/insan, toplum, devlet, ulus, halk, sınıf gibi kategorileri farklı biçimde tanımlar ve bunlara birbirinden farklılaşan anlamlar yükler. Bununla bağlantılı olarak da her bir siyasal ideolojinin “öteki” si ya da tehdit olarak gördükleri ve bu “ötekiler” e karşı tutumları farklılık gösterir. Örneğin milliyetçilik, belirli ortak özelliklere sahip bir insan topluluğu olarak gördüğü ulusun çerçevesini çizer ve bunun dışında kalanları ulusun varlığı ve çıkarları

için bir tehdit olarak görür. Elbette farklı milliyetçilik türleri vardır. Ulusu bir siyasal birime üyelikle tanımlayan milliyetçilikler olduğu gibi etnik kökeni, soy ve dil birliğini öne çıkaran ve bu açıdan daha özcü ve dışlayıcı olan milliyetçilik türleri de vardır. Mierina ve Koroleva Avrupa ülkeleri gençleri özelinde yaptıkları çalışmada, azınlıklara ve göçmenlere yönelik olumsuz tutumun büyük ölçüde etnik milliyetçilikten kaynaklandığı tespitini yapmaktadırlar (Mierina, 2015, s. 199). Enternasyonalist olan sosyalizm ise insan toplumunun uluslar olarak bölünmesini yapay bir ayırım olarak görür ve bunu işçi sınıfın uluslararası birliğini ve dayanışmasını bozucu bir faktör olarak ele alır. Sosyalizmde “düşman/öteki” kapitalist sınıf iken işçi sınıfının aralarındaki ulusal, etnik, dinsel, cinsiyete dayalı vb. ayrımları aşarak ortak çıkarlara sahip olduğunun bilincinde bir sınıf olarak dayanışma içine girmesi öngörülür. Topluma özcü biçimde yaklaşan, muhafazakârlık ise kültürün biricikliğini vurgular ve bireyin içinde yaşadığı toplumun bir ürünü olduğunu ileri sürerek, liberalizmin soyut birey anlayışına ve evrensel insan haklarına söylemine karşı durur (Beneton, 2011).

“Biz”in, “öteki”nin kim olduğuna, tehdidin nereden geldiğine, ideal olanın/olması gerekenin ne olduğuna, hakkın kaynağı ve buna kimin sahip olması gerektiğine dair her bir siyasal ideolojinin farklı yaklaşımı, bu meselelere ilişkin olarak bireyin yaklaşımını da büyük ölçüde belirler. Siyasal ideolojilerin bireyler açısından çok önemli bir işlevi farklı siyasal tercihler arasından bir seçim yapmasında, belirli siyasal meseleler karşısında nasıl bir tavır alması gerektiği hususunda bireye yol göstermektir. Bireylerin tutumlarını bütünleştiren ve düzenleyen ideolojiler bu açıdan “kişisel-gerçeğin çekirdekleri” olarak görülmektedir (Hayduk, 1995, s. 479). İdeolojiyi, sembolik bir siyaset yönelimi, bir referans grubuna bağlılık ya da bir bilgi işleme şeması olmak üzere farklı bir çerçevede ele alan çeşitli yazarlar, tutumlar ile ideolojiler arasındaki ilişkiye dikkat çekmişlerdir (Jacoby, 1991, s. 179-181). İdeolojiler birer inanç ve değer bütünü olarak siyasal meselelerde bireylerin neyin doğru neyin yanlış olduğu, neyin tercih edilebilir neyin karşı çıkmayı gerektirir olduğu konusunda bir tutum almalarına yardımcı olur (Rafiqi & Thomsen, 2019, s. 2). Söz konusu siyasal meseleler, ekonomide izlenecek politika olduğu gibi göçmenler karşısında nasıl bir tutum izleneceği de olabilir. Bu durumda örneğin kendini milliyetçi olarak tanımlayan bir kişinin “göçmen”i ulusun dışında kalan dolayısıyla da ulusun üyelerine tanınan haklardan yararlanmaması gereken ve hatta ulusal bütünlüğü, ulusun homojenliğini ve uyumunu tehdit edici olarak görmesi söz konusu iken, göçmenin ortak bir etnik kimlikten gelmesi durumunda ise “soydaşlık” çerçevesinde olumlu bir tavır takınılması mümkün olabilir. Yine düzenin devamlılığına, geleneklerin korunmasına ve uyuma önem

veren muhafazakârların, göçmenleri bunlara bir tehdit olarak görme(leri) ve dolayısıyla olumsuz bir tutum alacakları (D Barni vd., 2020, s. 108) ancak “dindaşlık” üzerinden bu tavrın olumluya dönebileceği düşünülebilir. Sosyalistler ve liberallerin ise göçmenlere karşı tavırlarının daha olumlu olması beklenilir. Ulusal, etnik, dinsel, cinsiyet temelli bölünmeleri sınıf birliğini bozucu ayrımlar olarak gören sosyalistlerin göçmen meselesini bir sınıf dayanışması ve eşitlik ekseninde ele almaları söz konusu iken, liberallerin ise evrensel insan hakları ve insanın ahlaki eşitliği, çoğulculuk, tolerans gibi değerler çerçevesinde göçmenlere karşı daha olumlu bir tavır sergileyecekleri düşünülebilir.

Bu çalışmanın amacı yükseköğrenim öğrencilerinin göçmenlere yönelik olumsuz tutumları ile benimsedikleri ideoloji arasındaki ilişkinin incelenmesidir. Daha önce yapılmış olan birçok çalışmada yüksek eğitim seviyesi ile göçmenlere karşı olumlu tutum arasında bir ilişkinin saptanmasından (Chandler ve Tsai, 2001, s. 186; Rustenbach, 2010, s. 63; Sides ve Citrin, 2008, s. 45; Davidov ve Meuleman, 2012, s. 266) yola çıkarak, yükseköğrenim öğrencileri ile yapılan bu çalışmada katılımcıların olumsuz tutum puanlarının, nüfusun genel eğilimine göre düşük olma ihtimali vardır.

Çalışmada, yaş, cinsiyet, öğrenim görülen alan ve ekonomik durum gibi soruların yanı sıra öğrencilerin dünya ve ülke gündemi takip edip etmedikleri, dünya ve ülke gündeminin takip ediliyorsa daha çok hangi kaynakların kullanıldığı, kitap okuma alışkanlığı, aile üyeleri veya akrabalar arasında göçmen olma durumu, göçmen arkadaşla sahip olma/olmama, farklı kültürlerin bir arada yaşamasını zenginlik olarak değerlendirme durumları ile göçmenlere karşı tutumları arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığının araştırılmasını içeren sorular dünya genelinde yapılan benzer çalışmalarla doğrudan mukayese edilebilir bir nitelik taşımaktadır. Kullanılan bağımsız değişkenler benzer çalışmalarda farklı diller ve kültürlerde aynı değilse de yakın çağrışımlar yapacak kavramsal niteliğe sahiptir. Ancak siyasal ideoloji ve ideolojinin göçmenlere olan tutuma etkisinin değerlendirilmesi başlığında Türkiye’ye özgü birtakım farklılıklar ortaya çıkmaktadır.

Özellikle, siyasal eğilimleri saptama ve ideolojik bakışı isimlendirme konusunda bir takım alternatif yaklaşımlara ihtiyaç olduğu söylenebilir. Örneğin, Öniş’in “küresel muhafazakârlık” ile “savunmacı milliyetçilik” ayrımı, Türkiye’ye özgü farklı bir siyasal perspektifi ortaya koymak için önemli bir imkân sunuyor. Bu nitelemeye göre, Türkiye’deki muhafazakâr iktidar partisi AKP (Adalet ve Kalkınma Partisi) serbest ticareti savunan, liberal eğilimli, küreselci bir partiye dönüşürken, Avrupa’da daha küreselci bir bakış açısı benimseyen sol partilere yakın olması beklenen (örneğin CHP, Cumhuriyet

Halk Partisi) partiler bunun aksine, savunmacı milliyetçi siyasete doğru yönelmiş görünmektedirler (Yılmaz, Sarıbay, Bahçekapılı, ve Harma, 2016).

Teorik çerçeveler bir yana, Türk seçmenlerin siyasi yönelimlerine ilişkin ampirik temelli çalışmaların da karışık sonuçlar ürettiği görülmektedir. Bahsedilen ampirik çalışmalardan biri, Türkiye’de bireylerin siyasi yönelimlerindeki çeşitliliği yakalamak için üçlü bir ayrım önermektedir: laik/solcu, milliyetçi/muhafazakâr ve liberal. Buna karşılık Olcaysoy ve Sarıbay, liberal-muhafazakâr ayrımının, Amerika Birleşik Devletleri’ndeki bulgulara paralel olarak Türkiye’deki bazı temel psikolojik farklılıkları da kapsadığını öne sürmektedir (Yılmaz, Sarıbay, Bahçekapılı ve Harma, 2016, s. 47). Bu terimleri, muhafazakârlığın kültürden bağımsız iki özelliğine dayanarak tanımlamaktadırlar: “Motive edilmiş sosyal biliş” çerçevesine dayalı olarak eşitliğe muhalefet ve sosyal değişime direnç. Buna karşılık Küçüker, Türk siyasi yapısını karakterize etmek için dörtlü bir ayrım önermektedir: sosyalist, muhafazakâr, liberal ve milliyetçi. Bu sınıflandırmayla ilişkin zorluksa, milliyetçilerin ve muhafazakârların farklılaştığı koşulların, Kemalist milliyetçiliğin nereye sığıldığının ve geleneksel sol-sağ veya liberal-muhafazakâr ikilemlerle nasıl ilişkili olduğunun belirlenmesiyle ilişkili olarak kendini göstermektedir (Yılmaz, Sarıbay, Bahçekapılı ve Harma, 2016, s. 46).

Türkiye’ye dair bu özgünlük bağlamında çalışmada ideolojik yönelimleri ölçmek üzere Muhafazakâr, Milliyetçi, Liberal, Sosyal Demokrat ve Sosyalist şeklinde 5’li bir ayrım kullanılacaktır.

Çalışmamızda, ideolojinin göçmenlere karşı geliştirilen tutumlara etkisinin araştırılmasında yükseköğrenim öğrencilerinin odak olarak seçilmesinde eğitim seviyesi yükseldikçe ideolojik kavrayış ve düşüncüyü pratikle eklemleme kapasitesinin arttığı savı yer almaktadır. Jacoby ideolojinin tutumlar üzerindeki etkisinin hem konulara hem de kişilere göre değişim gösterdiğini, eğitim düzeyi yüksek olanlar ya da dünyayı ideolojik olarak kavramsallaştıranların tutumları üzerinde daha etkili olduğunu ileri sürmektedir (Jacoby, 1991, s. 201). Örgün eğitimin bireylerin kavramsal bilgiyi kullanma ve dolayısıyla genel ve soyut ilkeleri belirli durumlara uygulama konusunda olumlu bir etkisi olduğuna dikkat çekerek, ideolojilerin yüksek eğitim seviyesine ulaşmış insanların tutumlarında daha etkili bir rol oynadığının ampirik çalışmalarla da desteklendiğini vurgulamaktadır (Jacoby, 1991, s. 181). Bunun yanı sıra etkisi yine ampirik çalışmalarla desteklenen bir diğer önemli etken de bireylerin kavramsallaştırma düzeyidir (Jacoby, 1991, s. 182) . Jacoby’nin ulaştığı sonuç, “(...) ileri eğitim insanları politik dünyayı aktif olarak ideolojik terimlerle kavramsallaştırmaları bile uygun ideolojik ‘bağlantılar’ kurmaya yönlendirmelidir” biçimindedir (Jacoby, 1991, s. 202). Jost vd. ise birçok çalışmanın sonuçlarına dayanarak, her

ne kadar herkes soyut ideolojik kavramları mükemmel bir biçimde kullanmasa da siyasi ideolojilerin çoğu insanın siyasi tutumlarını etkilediği yargısına ulaşmaktadır (Jost, Federico ve Napier, 2009, s. 311).

YÖNTEM

Bu çalışma nitel araştırma tekniklerinden genel tarama modeli kullanılarak gerçekleştirilmiştir.

Bu çalışmada Sormaca (anket) tekniği ve alan yazın taraması yöntem olarak kullanılmıştır.

Evren Örneklem

Araştırmanın örneklemini Karabük Üniversitesinde öğrenim gören lisans öğrencileri oluşturmaktadır. 2021–2022 Öğretim Yılında Karabük Üniversitesinde yaklaşık 30260 lisans öğrencisi öğrenimine devam etmektedir. Araştırma da evreni temsil edebilecek örneklem büyüklüğü 1000 olarak belirlenmiştir (Kılıç, 2013). Olasılıksız örnekleme yöntemlerinden olan gelişigüzel örnekleme yöntemi kullanılmıştır.

Araştırmada kullanılan veri toplama formu araştırmacılar tarafından Google Formlara aktararak, araştırma verileri dijital ortamda toplanmıştır. Bu kapsamda 725 lisans öğrencisi formları uygun bir şekilde doldurmuştur. Böylece araştırmada %72.5 katılım oranı ile araştırmanın örneklemini 725 lisans öğrencisi oluşturmuştur.

Süreç

Veri toplama formu 10.12.2021 tarihinde Karabük Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Araştırmaları etik kurulunca alınan; çalışma etik kurallara uygundur kararının akabinde, dijital platformda öğrencilerle paylaşılmıştır. Veriler rasgele örnekleme yolu ile seçilen öğrencilerce anonim olarak doldurulan anketler vasıtası ile toplanmıştır.

Veri Toplama Araçları

Araştırmanın amacı doğrultusunda literatür bilgileri incelenerek araştırmacılar tarafından doldurulan demografik bilgi formu ve Varela vd. 2013 yılında geliştirdiği, Günay vd. (Günay, Ersoy, Aydın Boylu, & Kılıç, 2019) tarafından Türkçe geçerlilik ve güvenilirliği gerçekleştirilen “Göçmenlere Yönelik Tutum Ölçeği – GYTO” veri toplama araçları olarak kullanılmıştır.

Demografik Bilgi Formu

Demografik bilgi formunda lisans öğrencileri hakkında genel bilgiler edinmek amacıyla yaş, cinsiyet, öğrenim görülen alan ve ekonomik durum gibi soruların yanı sıra öğrencilerin dünya ve ülke gündemi takip edip etmedikleri, dünya ve ülke gündeminin takip ediliyorsa daha çok hangi kaynakların kullanıldığı, kitap okuma alışkanlığı, aile üyeleri veya akrabalar arasında göçmen olma durumu, göçmen arkadaşla sahip olma/olmama, farklı kültürlerin bir arada yaşamasını zenginlik olarak değerlendirme durumları ve siyasal ideolojilerini belirlemeye yönelik sorulara yer verilmiştir.

Göçmenlere Yönelik Olumsuz Tutum Ölçeği – GYTO

Göçmenlere yönelik olumsuz tutum ölçeği Varela vd. tarafından (Varela, Gonzalez, Clark, & John W. Cramer, 2013) yerli halkın göçmenlere yönelik var olan olumsuz tutumlarını ve önyargılarını ortaya koymak amacıyla geliştirilmiş olan bir öz-bildirim ölçeğidir. Ölçek toplam 12 maddeden oluşmakta ve beşli likert “1: Kesinlikle Katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 3: Kararsızım, 4: Katılıyorum, 5: Kesinlikle Katılıyorum” seçeneklerinden biri ile değerlendirilmektedir. Ölçekte ters kodlanan madde bulunmamaktadır. Varela vd. (Varela, Gonzalez, Clark, & John W. Cramer, 2013) toplam 167 lisans öğrencisi ile yaptıkları çalışmada ölçeğin tek faktörlü bir yapıya sahip olduğu ortaya konmuş ve Cronbach Alfa değeri .86 olarak hesaplamışlardır.

GYTO’nun Türkçe psikometrik özelliklerinin belirlenmesi Günay, Ersoy, Aydın Boylu ve Kılıç tarafından 2019 yılında Sosyal Hizmet Bölümünde öğrenim gören 344 lisans öğrencisi ile gerçekleştirilmiştir. (Günay, Ersoy, Aydın Boylu, & Kılıç, 2019) GYTO’nun Türkçe geçerlilik ve güvenilirlik çalışması sonucunda orijinalinde olduğu gibi toplam varyansın %43.2’sini açıklayan tek faktörlü bir yapıya sahip olduğu belirlenmiştir. Yapılan güvenilirlik analizlerinde ölçeğin iç tutarlılık katsayısı .82 olarak hesaplanmıştır. Bu çalışma kapsamında Göçmenlere yönelik olumsuz tutum ölçeğinin Cronbach Alfa değeri .90 olarak bulunmuştur.

Verilerin Analizi

Araştırma kapsamında, araştırma formu ile toplanmış olan veriler “SPSS for Windows” programına aktarılmış, hatalı ve eksik veriler ayıklandıktan sonra, verilerin normal dağılıma sahip olup olmadığı incelenmiştir.

Veri setinin normal dağılım gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla “Kolmogrov-Smirnov” testi uygulanmıştır. Test sonucunda “p” değerinin 0.050’inin üzerinde olması, bunun yanı sıra basıklık ve çarpıklık katsayılarının da -1.5 ile +1.5 sınırları arasında olması veri setinin normal bir dağılıma sahip

olduğuna işaret etmektedir (Seçer, 2017, s. 22). Verilerin normal bir dağılıma sahip olduğu sonucuna varılması, istatistiksel olarak parametrik testlerin uygulanabilmesini mümkün kılmaktadır. Bu doğrultuda hipotezleri test etmek amacıyla “İlişkisiz Örneklemeler T-Testi” ve “Tek Yönlü Varyans Analizi-ANOVA” testleri uygulanmıştır (Büyüköztürk, 2007). Çalışma kapsamında yaş, cinsiyet, dünya ülke gündemini takip etme durumu, aile üyeleri veya akrabalar arasında göçmen olma durumu, göçmen arkadaşına sahip olma durumu gibi bağımsız değişkenler ile öğrencilerin göçmenlere yönelik olumsuz tutum puan ortalamaları arasındaki farkın belirlenmesinde “İlişkisiz Örneklemeler T-Testi”; öğrenim görülen alan, dünya ülke kaynaklarının takip edildiği kaynaklar, farklı kültürlerin bir arada yaşamasını zenginlik olarak değerlendirme durumu ve siyasi ideoloji gibi değişkenler ile öğrencilerin göçmenlere yönelik olumsuz tutum puan ortalamaları arasındaki farkın belirlenmesinde “Tek Yönlü Varyans Analizi- ANOVA” uygulanmıştır. “Tek Yönlü Varyans Analizi- ANOVA” anlamlı çıkması durumunda bu anlamlılığın hangi grup ya da gruplar arasındaki farktan ileri geldiğini tespit etmek için LSD çoklu karşılaştırma analizine başvurulmuştur (Büyüköztürk, 2007, s. 39-47)

BULGULAR VE YORUMLAR

Araştırma kapsamına alınan toplam 725 öğrencinin yaşları 17 ile 50 arasında değişmekte olup, yaş ortalaması 23 (S=5.58) olarak hesaplanmıştır. Çalışmaya gönüllü olarak dahil olan bireylerin 436’sı kadın (%60.1), 289’u erkek (%39.9)’tir. Öğrencilerin yarıdan biraz fazlası (%55.6) sosyal bilimler alanında eğitim alırken, %34.6’sı sağlık bilimleri, %9.8’i fen bilimlerinde eğitim görmektedir (Tablo 1).

Tablo 1. Öğrencilere İlişkin Genel Bilgiler

Demografik Değişkenler	N	%
Yaş		
22 yaş ve daha az	499	68,8
23 yaş ve daha fazla	226	31,2
Cinsiyet		
Kadın	436	60,1
Erkek	289	39,9
Eğitim Alanı		
Sosyal Bilimler	403	55,6
Sağlık Bilimleri	251	34,6
Fen Bilimler	71	9,8
Ekonomik durumu değerlendirme		
Dar gelirli	160	22,1
Orta gelirli	539	74,3
Yüksek gelirli	26	3,6

Araştırma kapsamında üniversite öğrenimi gören öğrencilerin güncel yaşamı takip etme durumları, göçmen akraba ya da arkadaşla sahip olma ve siyasi ideolojilerini belirlemek amacıyla sorular yöneltmiştir. Öğrencilerin bu sorulara verdikleri cevaplar ile yaş, cinsiyet ve eğitim görülen alan (bağımsız değişkenler) arasındaki ilişkiyi belirlemek için parametrik olmayan testlerden Ki-Kare analizi uygulanmıştır. Elde edilen analiz sonuçları Tablo 2’de yer almaktadır.

Tablo 2. Öğrencilerin Güncel Yaşamı Takip Etme Durumları, Göçmen Akraba ya da Arkadaşla Sahip Olma Durumları, Farklılıkları Kabullenme Durumları, Siyasi İdeolojileri

Bağımlı Değişkenler	N	%	Öğrencilerin Demografik Değişkenleri		
Dünya ve ülke gündemi takip etme durumu			Yaş	Cinsiyet	Eğitim Alanı
Hayır	10	1,4			
Evet	71	98,5	$X^2=Uyg^1$	$X^2=Uyg.^1$	$X^2=Uyg.^1$
Dünya ve ülke gündeminin takip edildiği kaynaklar					
Basılı yayın	38	5,2			
Sosyal medya	59	82,7	$X^2=18.128$; $sd=2$; $p=.023$	$X^2=11.760$; $sd=2$; $p=.003$	$X^2=3.384$; $sd=4$; $p=.503$
Televizyon-	7	3			
Radyo	80	11,0			
Kitap okuma durumu					
Hayır	11	15,0			
Evet	61	84,5	$X^2=4.311$; $sd=1$; $p=.004$	$X^2=8.953$; $sd=1$; $p=.002$	$X^2=0.632$; $sd=2$; $p=.729$
Aile üyeleri veya akrabalar arasında göçmen olma durumu					
Hayır	60	82,0			
Evet	12	17,0	$X^2=7.655$; $sd=1$; $p=.000$	$X^2=0.406$; $sd=1$; $p=.295$	$X^2=2.645$; $sd=2$; $p=.266$
Göçmen arkadaşla sahip olma durumu					
Hayır	31	43,8			
Evet	40	56,1	$X^2=0.445$; $sd=1$; $p=.279$	$X^2=6.565$; $sd=1$; $p=.006$	$X^2=1.572$; $sd=2$; $p=.456$
Farklı kültürlerin bir arada yaşamasını zenginlik olarak değerlendirme durumu					
Hayır	63	8,7	$X^2=2.426$;	$X^2=3.904$;	$X^2=8.524$;

Kısmen	33	45,	sd=1; p=.297	sd=2; p=.142	sd=4; p=.046
	3	9			
Evet	32	45,			
	9	4			
Siyasi İdeoloji					
Görüşüm yok	30	42,			
	9	6			
Liberal	58	8,0			
Milliyetçi	15	21,			
	6	5	X ² =23.093;	X ² =37.707;	X ² =50.234;
Muhafazakâr	45	6,2	sd=5; p=.000	sd=5; p=.000	sd=10; p=.000
Sosyal Demokrat	88	12,			
		1			
Sosyalist	69	9,5			

*p<0.05; 1 Gözlerde beklenen değeri 5'ten küçük gözenek sayısının %20'den yüksek olması nedeniyle Ki-Kare analizi uygulanamamıştır.

Bağımsız değişkenlerden yaş ile öğrencilerin dünya ve ülke gündemini takip ettikleri kaynaklar (X²=18.128; sd=2; p<0.05), kitap okuma durumları (X²=4.311; sd=1; p<0.05), aile üyeleri veya akrabalar arasında göçmen olma durumu (X²=7.655; sd=1; p<0.05) ile sahip olunan siyasi ideoloji (X²=23.093; sd=5; p<0.05) arasında anlamlı farklılığın olduğu gözlemlenmiştir. Öğrencilerin cinsiyetleri ile dünya ve ülke gündemini takip ettikleri kaynaklar (X²=11.760; sd=2; p<0.05), kitap okuma durumları (X²=8.953; sd=1; p<0.05), göçmen arkadaşlara sahip olma durumu (X²=6.565; sd=1; p<0.05) ile sahip olunan siyasi ideoloji (X²=37.707; sd=5; p<0.05) değişkenleri arasındaki ilişki önemlidir. Öğrencilerin eğitim gördükleri alan ile sadece farklı kültürlerin bir arada yaşamasını zenginlik olarak değerlendirme durumu (X²=8.524; sd=4; p<0.05) ve sahip olunan siyasi ideoloji (X²=50.234; sd=19; p<0.05) değişkenleri arasında anlamlı bir farklılık vardır (Tablo 2).

Tablo 3. Öğrencilerin Göçmenlere Yönelik Olumsuz Tutumları ile Demografik Değişkenler Arasındaki İlişki

Demografik Değişkenler	N	%	Ort.	S	İstatistiksel Analiz
Yaş					
22 yaş ve daha az	499	68,8	38,1	11,0	t=1.449; sd=723; p=.138
23 yaş ve daha fazla	226	31,2	36,9	10,3	
Cinsiyet					
Kadın	436	60,1	38,5	9,9	t=2.255; sd=723; p=.024*
Erkek	289	39,9	36,6	12,0	
Eğitim Alanı					
Sosyal Bilimler	403	55,6	38,4	11,0	F=1.999; sd=2-722; p=.136
Sağlık Bilimleri	251	34,6	36,7	10,2	
Fen Bilimler	71	9,8	37,2	11,5	

*p<0.05

Araştırmada lisans öğrencilerinin göçmenlere yönelik olumsuz tutum puan ortalamaları ile bazı demografik değişkenlerle (yaş, cinsiyet, öğrenim görülen alan) arasındaki istatistiksel ilişki durumları Tablo 3'te gösterilmiştir. Elde edilen istatistiksel analizler sonucunda 725 lisans öğrencisinin göçmenlere yönelik olumsuz tutum puan ortalamaları ile cinsiyetleri arasındaki ilişkinin anlamlı farklılık gösterdiği (t=2.255, sd=723, p<0.05), erkek katılımcıların puan ortalamasının (Ort.=36.6, S=12.0) kadın katılımcıların puan ortalamasından (Ort.=38.5, S=9.9) daha düşük olduğu görülmüştür. Ancak öğrencilerin yaşları (t=1.449, sd=723, p>0.05) ve eğitim gördükleri alan (F=1.999, sd=2 – 722, p>0.05) ile göçmenlere yönelik olumsuz tutum puanları arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığı belirlenmiştir (Tablo 3).

Çalışmada lisans öğrencilerinin göçmenlere yönelik olumsuz tutum puan ortalamaları ile “dünya ve ülke gündemi takip etme durumu” (t=-0.742; sd=723; p>0.05), “dünya ve ülke gündeminin takip edildiği kaynaklar” (F=0.587; sd=2-712; p>0.05) arasında istatistiksel olarak ilişkinin önemsiz olduğu gözlemlenmiştir.

Öğrencilerin sahip oldukları ailede aile üyeleri veya akrabalar arasında göçmen olma durumu ile göçmenlere yönelik olumsuz tutum puan ortalamaları arasındaki ilişki anlamlıdır. (t=4.699; sd=723; p<0.05), bu anlamlı farklılık aile üyeleri veya akrabalar arasında göçmen olmayan öğrencilerden (Ort.=38,6, S=10.5) kaynaklanmaktadır. Aynı zaman da öğrencilerin göçmenlere yönelik olumsuz tutum puan ortalamaları göçmen arkadaşına sahip olma durumuna göre de farklılaşmaktadır (t=3.938; sd=723; p<0.05). Göçmen bir arkadaşına sahip

olmadığını belirten öğrencilerin (39.5, S=10.5), göçmen arkadaşları olduğunu ifade eden öğrencilere (Ort.=36.3, S=10.8) göre göçmenlere yönelik olumsuz tutum puan ortalamaları daha yüksektir.

Öğrencilerin farklı kültürlerin bir arada yaşamasını zenginlik olarak değerlendirme durumu ile göçmenlere yönelik olumsuz tutum puan ortalamaları arasında anlamlı farklılık olduğu gözlemlenmiştir ($F=27.076$; $sd=2 - 722$; $p<0.05$). Yapılan çoklu karşılaştırma testi sonuçlarına göre bu anlamlı fark, farklı kültürlerin bir arada yaşamasını zenginlik olarak değerlendirmeyen öğrenciler (Ort.=40.6, S=13.2) ile bunu zenginlik olarak değerlendiren öğrenciler (Ort.=34.6, S=10.1) arasındaki farklılıktan kaynaklanmaktadır.

Tablo 4. Öğrencilerin Göçmenlere Yönelik Olumsuz Tutumları ile Siyasi İdeolojileri Arasındaki İlişki

Demografik Değişkenler	N	%	Ort.	S	Çoklu (LSD)	Karşılaştırma	Testi
Dünya ve ülke gündemi takip etme durumu							
Hayır	10	1,4	35,2	13,4			
Evet	715	98,6	37,8	10,8			
							$t=-0.742$; $sd=723$; $p=.459$
Dünya ve ülke gündeminin takip edildiği kaynaklar							
Basılı yayın	38	5,2	36,4	9,8			
Sosyal medya	597	82,3	37,7	10,9			
Televizyon-Radyo	80	11,0	38,7	10,7			
							$F=0.587$; $sd=2-712$; $p=.556$
Aile üyeleri veya akrabalar arasında göçmen olma durumu							
Hayır	600	82,8	38,6	10,5			
Evet	125	17,2	33,7	11,2			
							$t=4.699$; $sd=723$; $p=.000^*$
Göçmen arkadaşına sahip olma durumu							
Hayır	318	43,9	39,5	10,5			
Evet	407	56,1	36,3	10,8			
							$t=3.938$; $sd=723$; $p=.000^*$

Farklı kültürlerin bir arada yaşamasını zenginlik olarak değerlendirme durumu

Hayır	63	8,7	40,6	13,2	
Kısmen	333	45,9	40,3	10,2	Hayır – Evet
Evet	329	45,4	34,6	10,1	
F=27.076; sd=2 – 722; p=.000*					
Siyasi Görüş					
Görüşüm yok	309	42,6	36,8	10,6	
Liberal	58	8,0	37,5	9,8	
Milliyetçi	156	21,5	40,2	10,8	Görüşü olmayanlar – Milliyetçi
Muhafazakâr	45	6,2	33,5	11,3	Milliyetçi – Muhafazakâr
Sosyal Demokrat	88	12,1	38,8	10,4	Muhafazakâr – Sosyal Demokrat
Sosyalist	69	9,5	37,9	11,5	Muhafazakâr – Sosyalist
F=3.737; sd=5 – 719; p=.002*					

*p<0.05

Öğrencilerin göçmenlere yönelik olumsuz tutum puan ortalamaları siyasi ideolojilerine göre de farklılaşmaktadır (F=3.737; sd=5 – 719; p<0.05). LSD çoklu karşılaştırma testi analizine göre “Görüşü olmayanlar (Ort.=36,8, S=10.6) – Milliyetçi (Ort.=40.2, S=10.8), “Milliyetçi (Ort.=40.2, S=10.8) – Muhafazakâr (Ort.=33.5, S=11.3)”, “Muhafazakâr (Ort.=33.5, S=11.3) – Sosyal Demokrat (Ort.=38.8, S=10.4)” ve “Muhafazakâr (Ort.=33.5, S=11.3) – Sosyalist (Ort.=37.9, S=11.5)” ideolojiye sahip olan öğrencilerden kaynaklanmaktadır (Tablo 4).

TARTIŞMA ve SONUÇ

Yurtdışında yapılan çalışmalarda genellikle bireylerin siyasi ideolojilerinin göçmenlere yönelik tutumlarında belirgin bir farklılık yarattığı sonucuna ulaşılmasına karşın, çalışmamızın sonucunda bu türden belirgin bir farklılık ortaya çıkmamış, kendini farklı siyasi ideolojilerle tanımlayan katılımcıların göçmenlere yönelik olumsuz tutum puanları yüksek çıkmıştır.

Yukarıda bahsedilen çalışmalarda muhafazakârların veya genel olarak kendini sağda tanımlayanların göçmenlere yönelik tutumlarının liberallere veya kendini solda tanımlayanlara göre daha olumsuz olduğu saptanmıştır (Chandler

ve Tsai, 2001, s. 182; Brooks, Manza ve Cohen, 2016, s. 2; Prooijen, Krouwel ve Emmer, 2018, s. 143). Fakat bazı faktörler bu tutumlarda sapmalara neden olabilir. Örneğin, Brooks vd., çalışmalarında kendini muhafazakâr olarak tanımlayan katılımcıların göçmenlere karşı tavrının liberallere oranla daha az olumlu olduğu sonucuna ulaşmakla birlikte, baskın gruba daha çok benzeyen bir göçmen grubu veya daha düşük sembolik veya ekonomik tehdit söz konusu olduğunda muhafazakârların görüşlerinin de olumlu yöne dönebildiğini saptamışlardır (Brooks, Manza, ve Cohen, 2016, s. 9). Lahav ve Courtemanche ise mesele kültürel kimliğe yönelik bir tehdit açısından ele alındığında liberallerin göçmenler konusunda hoşgörüyü, ancak ulusal güvenlik açısından ele alındığında kısıtlama içeren politikaları desteklediklerini, muhafazakârların ise görüşlerinde daha kararlı bir tutum benimsediklerini tespit etmişlerdir (Lahav ve Courtemanche, 2012, s. 493). Lahav ve Courtemanche, kamu güvenliği, yaşam, düzen gibi temel ihtiyaçlara bir tehdit söz konusu olduğunda göçmenlere yönelik tutum konusunda ideolojik yelpazede bir görüş birliği, ancak, kimlik, kültürel homojenlik, dil gibi daha üst düzey ihtiyaçlar söz konusu olduğundan görüş ayrılığının ortaya çıkacağını farz ettikleri çalışmalarının sonuçlarının bu varsayımlarını doğruladığını ileri sürmektedirler (Lahav ve Courtemanche, 2012, s. 498-499). Ancak dikkat çektikleri nokta muhafazakârların göçmenler konusundaki tutumlarında tehdidin hangi ihtiyaçlara yöneldiğinin pek etkili olmadığına görülmesidir ki bu da yine ideolojilerin tutumlar üzerindeki etkisini gösteren bir bulgudur (Lahav & Courtemanche, 2012, s. 499).

Kiehne ve Ayón da ABD örneğinde yaptıkları araştırmada, göçmen arkadaşlara sahip olmanın politik ideoloji, özellikle muhafazakârlık ve göçmen karşıtı duygu arasındaki ilişkiyi yumuşatacağı yönündeki hipotezin doğrulanmadığı sonucuna ulaşmışlardır (Kiehne ve Ayón, 2016, s. 146) ki bu da siyasi ideolojinin tutumlar üzerinde daha belirleyici bir etken olduğunu göstermektedir. Bir diğer önemli tespit ise ideolojik yelpazenin uçlarında yer alanların tutum ve yargılarının ılımlı olanlara nazaran daha keskin olduğudur. Örneğin, Van Prooijen vd. sağın göç karşıısındaki tutumunun sola göre daha endişeli ve dışlayıcı olduğunu ancak sağ ve solun aşırı uçlarında yer alanların yargısal kesinlik açısından benzeştiğini ve ılımlıların görüşlerinden bu noktada farklılık gösterdiklerini ileri sürmektedir (Prooijen, Krouwel ve Emmer, 2018, s. 148).

1988-2000 yılları arasında Avrupa'nın 12 ülkesindeki göçmen karşıtlığını inceledikleri çalışmada Semyonov vd., siyasal ideolojinin yabancılara karşı tutumlar üzerinde etkisinin yıllar içinde yoğunlaştığını, sağcılarının yabancılara karşı daha olumsuz tutumlara sahip olduğunu ve bu eğilimin giderek de arttığını

tespit etmişlerdir (Semyonov, Raijman ve Gorodzeisky, 2006, s. 441). Benzer şekilde 2002 ve 2014 Avrupa Sosyal Araştırma veri setlerinden yararlanarak 18 ulus ve 55.367 kişinin kapsamlı bir analizi ile siyasal ideolojilerin göçmenlere yönelik tutumlara etkisini inceleyen Thomsen ve Rafiqi de siyasal ideolojinin göçmenlere yönelik tutum üzerinde önemli bir etkisi olduğunu ve genel olarak sağcıların solculara kıyasla göçe karşı olma eğiliminde olduklarını ve yine sağcıların bu eğilimlerinin giderek arttığı sonucuna ulaşmışlardır (Rafiqi ve Thomsen, 2019, s. 9-10).

Avrupa üzerine bir diğer çalışmada Rustenbach da solcuların ya da sol eğilimli bir ulusun parçası olanların göçmenlere yönelik olumlu bir tutum sergilediklerini saptamıştır (Rustenbach, 2010, s. 63). Brierauer ve Klinger de Alman katılımcıların Türk göçmenlere yönelik tehdit algılaması incelendiğinde liberal katılımcıların %86'sının düşük, muhafazakâr katılımcıların %71'inin yüksek bir kültürel tehdit algıladığını saptamışlardır (Bierbrauer ve Klinger, 2002, s. 48). Bloemraad vd., da ABD'li katılımcılarla gerçekleştirdikleri çalışmada, göçmenlere yaklaşımda siyasal ideolojilerin önemli bir fark yarattığına, liberallerin vatandaşlık, yasallaştırma ve faydalara erişim konusunda muhafazakarlarla oranla belirgin bir şekilde destekleyici bir tutum sergilerken, muhafazakarların konu ancak aile meselesi etrafında çerçevelendiğinde özellikle vatandaşlık konusunu daha fazla destekleme eğilimine girdiklerini saptamışlardır (Bloemraad, Silva ve Voss, 2016, s. 1660-1664). Canetti vd. İsrail ve Avusturalya özelinde sığınmacılara yönelik tutum üzerinde ideolojinin etkisini araştırdıkları çalışmalarında sağcı bir siyasal ideolojinin dışlayıcı bir politikanın desteklenmesini öngördüğünü ve tehdit algılarının da bu tutumun arkasındaki itici güç olduğunu tespit etmişlerdir (Canetti, Snider, Pedersen ve Hall, 2016, s. 18).

Eğitim

Çalışmamızın evrenini Karabük Üniversitesinde eğitim gören yükseköğrenim gençliği oluşturmaktadır. Gençlerin göçmenlere yönelik tutumları konusunda literatürde farklı tespitler söz konusudur. Bazı çalışmalarda eğitim seviyesindeki yükselişin ve genç olmanın göçmenlere karşı tutumlar üzerinde olumlu bir etkisi olacağı ileri sürülmektedir (Afyonoğlu & Buz, 2021, s. 88). Yine bazı çalışmalar gençlerin göçmenlere karşı tutumlarının yaşlılara oranla daha olumlu olduğunu iler sürerken (Davidov ve Meuleman, 2012, s. 766) bazı çalışmalarda 18-25 yaş arası gençlerde yabancı düşmanlığının diğer yaş gruplarına göre daha yüksek olduğu (Kaldık, 2021, s. 88) ileri sürülmektedir.

Üniversite öğrencileri ile yapılan çalışmalarda yükseköğrenim gençliğinin göçmenlere yönelik olumsuz tutumlarının genel olarak yüksek olduğu yönündeki bulgular çalışmamızın bulguları ile de uyumludur (Karataş ve Güzel, 2020, s. 512, Aldemir, 2019, s. 282). Bizim çalışmamızda da üniversitesi öğrencilerinin göçmenlere yönelik tutumlarının genel olarak olumsuz olduğu, ancak, Sosyal Bilimler alanında eğitim gören öğrencilerin diğer alanlarda eğitim görenle oranla daha da olumsuz tutumlar geliştirdikleri saptanmıştır (tablo2). Bu olumsuz tutumun temel nedenleri genel olarak işsizlik, refah ve güvenlik ile ilgili kaygılardır (Baş ve Eti, 2021, s. 193; Şen ve Şimşek Keskin, 2019, s. 1968-1969; Aldemir, 2019, s. 287). Türkiye’de Z kuşağının göçmenlere yönelik tutumları üzerine yapılan bir çalışmada göçmenlere yönelik olumsuz tutumun büyük ölçüde gençlerin işsizlik kaygısından kaynaklandığı anlaşılmıştır (Yılmaz ve Uludağ Güler, 2020, 39). Üniversite öğrencilerinin Suriyelilere yönelik tutumları üzerine yapılan çalışmalarda katılımcıların daha çok göçmenlerin ucuz iş gücü kaynağı olarak yerli işçilerin haklarını zayıflatmaları, kendilerinin iş imkânlarını sınırlamaları, yapılan yardımların ve harcamaların ülke ekonomisine ve kalkınmasına zarar vermesi ve kültürel farklılıklardan dolayı çatışmaların ortaya çıkabileceği konularına vurgu yaptıkları görülmektedir (Cambaz, Aslan ve Karasu, 2018, s. 482-483; Çömez Polat ve Kaya, 2017, s. 46).

Cinsiyet

Çalışmamızın sonuçları değerlendirildiğinde kadınların göçmenlere karşı tutumlarının erkeklere oranla daha olumsuz olduğu saptanmıştır. Cinsiyete göre ortaya çıkan bu tutum farklılığında kadınların özellikle Orta Doğudan gelen göçmenleri, sosyal, siyasal ve iktisadi (Wilkes, Guppy ve Farris, 2008, s. 306) açıdan bir tehdit olarak görmeleri ve kültürlerini kendi yaşam biçimlerine tehdit olarak algılamaları gösterilebilir. Yapılan diğer çalışmalarda da benzer bir eğilim saptanmış olmakla beraber (Wilkes, Guppy ve Farris, 2008, s. 306; Sümer, 2021, s. 104; Wilkes, Guppy ve Farris, 2008, s. 306) tam aksi sonuç veren ampirik çalışmalar da mevcuttur (Afyonoğlu ve Buz, 2021, s. 1298; Karataş ve Güzel, 2020, s. 513; Ankaralı, vd. 2017, s. 131; Abdulhakimoğulları, 2019, s. 116).

Göçmen Arkadaşa ve Akrabaya Sahip Olup Olmama

Göçmenlere yönelik tutumlarla ilgili yapılan diğer çalışmalar, çalışmamızda elde edilen ailesinde veya arkadaş çevresinde göçmen bulunma durumunun olumsuz tutum puanlarını düşürdüğü bulgunu desteklemektedir.

Örneğin, Bursa Uludağ Üniversitesi Uluslararası İlişkiler Bölümü Öğrencileri ile yapılan çalışmada ailesi ve akrabaları arasında göçmen bulunan katılımcıların olumsuz tutum puanları göç geçmişi olamayanlara göre görece düşük çıkmıştır (Aldemir, 2019, s. 289) Süleyman Demirel Üniversitesi Öğrencileri ile yapılan çalışmada “Katılımcılardan Suriyeli eşi, akrabası veya dostu olanların tehdit algısı skorları (469,32) Suriyeli eşi, akrabası veya dostu olmayanların tehdit algısı skorlarından (613,34) daha düşüktür” (Eser ve Uygur, 2019, s. 149).

İdeolojik Görüş

Çalışmamızın odaklandığı ana değişken olan siyasal ideolojilerin de göçmenlere yönelik tutumlar üzerinde etkili olduğu görülmüştür. Çalışmamızın sonucunda, siyasal ideolojilerin etkisini Amerika veya Avrupa örnekleri üzerinden inceleyen çalışmalarda muhafazakârların liberallerden, genel olarak kendini sağda konumlandıranların solda konumlandıranlardan daha olumsuz tutuma sahip oldukları yönündeki sonuçlarla tam uyumlu olmayan sonuçlara karşılaşılmıştır. Ancak bulgularımız Türkiye’de yapılan çalışmalarla büyük ölçüde uyumludur. Hem diğer ülkeler hem de Türkiye’de yapılan çalışmalarla ortak olan bulgumuz kendisini milliyetçi (sağ sol skalasına göre sağda) olarak tanımlayanların en yüksek olumsuz tutuma sahip olmasıdır. Türkiye’de gerek genel halk gerekse üniversite öğrencileri bazında yapılan çalışmalarda en yüksek olumsuz tutum puanları istisnasız bir şekilde milliyetçilere, değişkenin doğrudan doğruya siyasal ideoloji değil ancak oy verilen parti olarak alındığı çalışmalarda da MHP ve İYİ Parti gibi milliyetçi partilerin destekçilerine ait olduğu görülmektedir (EDAM, 2014, s. 1-3; Morgül, Savaşkan, ve Mutlu, 2021, s. 48-78; İPAE, 2020, s. 57-60; Afyonoğlu ve Buz, 2021, s. 1296), Eser ve Uygur’un Süleyman Demirel Üniversitesi öğrencilerinin tutumlarını inceledikleri çalışmada ise Ülkücüler “en yüksek sosyal mesafe algısı”na sahip grupturlar (Eser ve Uygur 2019, s.155). Çalışmamızda da kendisini Milliyetçi olarak tanımlayan katılımcılar 40,2 ile en yüksek olumsuz tutum puanına sahip gruptur.

Çalışmamızın diğer ülkelerle zıt ancak Türkiye’de yapılan çalışmalarla ortak bir bulgusu kendini Muhafazakâr olarak tanımlayanların en düşük olumsuz tutum puanına sahip olmasıdır (33,5). TÜSES’in çalışmasında muhafazakâr olarak nitelendirebileceğimiz AKP seçmenlerinin tehdit algılarının düşük (Morgül, Savaşkan ve Mutlu, 2021, s. 33-34) özellikle kendisini” ‘dindar muhafazakar’ olarak nitelendiren Sunnilerin” şartlı vatandaşlığa desteğinin diğer katılımcılara oranla yüksek olduğu görülmüş (Morgül, Savaşkan ve Mutlu, 2021, s. 82); EDAM’ın çalışmasında AKP seçmeninin koşulsuz olarak

ülkeye alınmasını savunanların oranı BDP seçmeni ile birlikte en yüksek düzeyde (%20) çıkmıştır. (EDAM, 2014, s. 2) Eser ve Uygur'un çalışmasında da "Siyasal İslamcılar", "Muhafazakâr Demokratlar" ve "Müslüman Demokratlar", Sosyalistlerin yanı sıra en düşük genel tehdit algısına (Eser ve Uygur, 2019, s. 154) ve yine "Siyasal İslamcılar" en düşük "sosyal mesafe algısı"na sahiptirler (Eser ve Uygur, 2019, s. 155) Eser ve Uygur'a göre "siyasal kimliğini 'Siyasal İslamcı' ve 'Müslüman Demokrat' olarak ifade eden katılımcıların Suriyeli göçmenler ile din birliği üzerinden bir özdeşleşme kurgulamış olabileceklerini ifade etmek mümkündür" (Eser ve Uygur, 2019, s. 157). Ancak Çömez Polat ve Kaya, Adana'da yaşayan öğrencilerle yaptıkları çalışmada ortak din algısı yüksek olan katılımcıların tutumlarının dahi vatandaşlık verilmesi hususunda olumsuz döndüğünü saptamışlardır (Çömez Polat ve Kaya, 2017, s. 46). Dindaşlığın yanında bir diğer faktör muhafazakâr katılımcıların büyük olasılıkla iktidardaki muhafazakâr partinin seçmen kitlesini oluşturuyor olmaları ve bu nedenle de iktidar partisinin politikalarını olumlama eğiliminde olmaları olabilir.

Çalışmamızda Milliyetçilerin ardından en yüksek olumsuz tutum puanına sahip grup 38, 8 puan ile kendilerini Sosyal-Demokrat olarak tanımlayan katılımcılardır. Bu bulgumuz Türkiye'de yapılan diğer çalışmaların bulgularıyla uyumludur. İPAE'in çalışmasında CHP seçmeni %82 gibi bir oranla Suriyelilere daha iyi davranıldığını düşünmekte ve bu açıdan İYİ Parti seçmenlerine (%99) yaklaşıırken (İPAE, 2020, s. 58), TÜSES'in çalışmasında CHP seçmenlerinin Suriyelilere yönelik tehdit algısının "her açıdan yüksek" olduğu tespit edilmiştir (Morgül, Savaşkan ve Mutlu, 2021, s. 33-34). EDAM'ın çalışmasında, CHP seçmelerinin de tıpkı MHP seçmenleri gibi birinci izlenmesi gereken politika tercihlerinin ilk sırasında "sığınmacıların ülkelerine hemen geri gönderilmesi" olduğu (EDAM, 2014, s. 1), "sığınmacıların koşulsuz olarak alınması" seçeneğine desteklerinin ise tüm katılımcılar içinde % 0.7 ile en az olduğu görülmüştür ki bu seçeneğe %4.4 destek veren MHP seçmenin dahi altındadır (EDAM, 2014, s. 2). Eser ve Uygur'un çalışmasında katılımcılar içinde en yüksek tehdit algısına sahip olanlar arasında "Kemalistler" ve "Laikler", "Liberal Demokratlar" ve "Anarşistlerin" ardından oldukça yüksek bir yüzde ile üçüncü ve dördüncü sırayı almaktadırlar (Eser ve Uygur, 2019, s. 154). Yine "Kemalistler", "Ülkücüler"in ardından "en yüksek sosyal mesafe algısı"na sahiptir (Eser ve Uygur, 2019, s. 154). TÜSES'in araştırmasında kendisini "seküler" olarak tanımlayan seçmenlerin "hükümetin Suriyeli sığınmacıları siyasi amaçlarla ülkeye getirdiğini" düşündükleri (Morgül, Savaşkan ve Mutlu, 2021, s. 48) ve aynı zamanda çalışmada "Türkiye'nin yerinin 'Batı' olduğunu düşünenlerin ise Suriyeli sığınmacılara daha soğuk

yaklaşmakta, özellikle laiklik ve kadın hakları konusunda endişeli olanlarda bu soğukluk oranı artmaktadır” (Morgül, Savaşkan ve Mutlu, 2021, s. 83) tespiti yapılmaktadır. Bunun yanı sıra yukarıda tartıştığımız üzere Türkiye’de sosyal demokratların daha milliyetçi bir özellik göstermeleri de olumsuz tutumlarının yüksek çıkmasının temel bir nedeni olarak görülebilir.

Çalışmamızda Sosyalistler 37,9 puan ile olumsuz tutum sıralamasında üçüncü sırayı almışlardır. Eser ve Uygur’un çalışmasında da en düşük tehdit algısı sıralamasında “Sosyalistler” üçüncü sırada (Eser ve Uygur, 2019, s. 154), en düşük mesafe algısına sahip olanlar arasında ise ikinci sırada yer almaktadır. (Eser ve Uygur, 2019, s. 155). Eser ve Uygur’a göre bunun nedeni sosyalistlerin “sıkıntıda olan, zor koşullarda yaşayan gruplara karşı insani kaygılar ile yakın dur[ması]”dır. (Eser ve Uygur, 2019, s. 157) Arifoğlu ve Buz da sağ görüşlü öğrencilerin tutumlarının sol görüşlü öğrencilere göre daha olumsuz olduğunu tespit etmişlerdir (Afyonoğlu ve Buz, 2021, s. 1298). Buna rağmen Sosyalistlerin olumsuz tutumlarının görece yüksek olduğu söylenebilir. Genel olarak kendini solda veya sosyal demokrat, sosyalist olarak tanımlayanların çalışmamızdaki olumsuz tutum puanlarının yüksekliği, göçmenlerin ucuz işgücü olarak yarattığı düşünülen tehdit, çoğu zaman bir grev kırıcı işlevi görmeleri, refah, bölüşüm ve işçi hakları üzerindeki olumsuz etkileri yönündeki algılamaları ile de açıklanabilir.

Olumsuz tutum puan sıralamasında Sosyalistlerin ardından gelen Liberallerin puanı ise 37, 5’tir. Eser ve Uygur, en yüksek genel tehdit algısına sahip olanları “Liberal Demokratlar” olarak saptamışlardır. (Eser ve Uygur, 2019, s. 154) Yukarıda değinildiği gibi Muhafazakârlarla karşılaştırıldığında göçmenlere karşı daha olumlu bir tutum almaları beklenen liberallerin kamu güvenliği, yaşam, düzen gibi temel ihtiyaçlara bir tehdit söz konusu olduğunda olumsuz bir tutum takınabildikleri görülmektedir (Lahav ve Courtemanche, 2012, s. 493). Delanty de ulus-devletin, uluslararası para, mal veya insan hareketliliğini kısıtlamak ve kontrol etmek için egemen gücünü kullanmaktan kaçındığı ya da bu gücün kısıtlandığı küreselleşme sürecinin, değerler, sosyal statü ve kimlik hakkında “yeni kaygı biçimlerini” ortaya çıkardığını iddia etmektedir (Junuzi, 2019). Bizim çalışmamız özelinde ortaya çıkan sonuç da liberallerin de göçmen konusuna bu kaygılarla yaklaştıklarını düşündürmektedir.

Çalışmamızda katılımcıların hangi siyasi ideolojiye sahip olurlarsa olsunlar, genel olarak olumsuz tutum puanlarının yüksek çıktığı görülmüştür. Şimdiye kadar yapılan çalışmalarda da “Türkiye’de genel olarak sığınmacılara, özel olarak Suriyelilere olan tutumlar incelendiğinde; toplumun Suriyelilere karşı görece ılımlı tutumunun 2011 yılından bugüne olumsuza evrildiği söylenebilir”

(Afyonoğlu ve Buz, 2021, s. 1285). Bunun çeşitli nedenleri vardır. Ulusal güvenliğe, kültürel kimliğe, ekonomiye ve refaha, yaşam tarzına ilişkin kaygılar ve göçmenlerin bunlara yönelik bir tehdit olarak algılanması bu nedenlerin başında gelmektedir (Sümer, 2021, s. 103-104).

İlk başlarda göçmenlerin ülkede kısa süreli olarak kalacak yardıma ihtiyacı olan kişiler olarak görülmesinden kaynaklı olumlu tutumlar, kalış süresinin uzaması ve bu sırada göçmenlerin sayısında muazzam bir artışın yaşanması da bu tutumların olumsuzla dönmesinin en önemli nedenleri olarak sıralanabilir. (Sümer, 2021, s. 104)

Ülkemizdeki ekonomik krizin ve işsizliğin, hangi siyasal ideolojiden olursa olsun gençlerin göçmenlere yönelik görece yüksek olumsuz tutumlarının ana nedeni olduğu bu çalışmaların verileri ışığında ileri sürülebilir. Kocian ve Kukec de Batı ve Doğu Avrupa’da kendilerini sağda konumlandıran milletvekillerinin “önemli ölçüde daha güçlü göçmen karşıtlığına sahip” olduğunu tespit etmekte, ancak Doğu Avrupa’daki milletvekillerinin, sağda ya da solda yer alsın, ekonomik kriz nedeniyle göçü daha büyük bir tehdit olarak gördüklerini ileri sürmektedirler (Kocian ve Kukec, 2022, s. 42; Köse, 2016). Yukarıda tartışıldığı üzere partizanlık ve milliyetçiliğin özellikle Türkiye’de birçok siyasal ideolojiyi kesen bir bileşen olmasının da farklı ideolojilerden katılımcıların göçmenlere yönelik olumsuz tutum puanlarının birbirine olan yakınlığını açıklayıcı bir etken olduğu ileri sürülebilir.

KAYNAKLAR

1. Abdulhakimoğulları, E. D. (2019). Üniversite öğrencilerinin toplumsal kabul bağlamında kültürlerarası iletişim duyarlılığı ve Suriyeli sığınmacı algısı: Sakarya Üniversitesi örneği. Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi. Sakarya. <https://acikerisim.sak> adresinden alındı.
2. Afyonoğlu, M. F., & Buz, S. (2021). Sosyal hizmet bölümü öğrencilerinin Suriyelilere yönelik tutumu: yedi bölgede yedi il örnekleme. *Toplum ve Sosyal Hizmet*, 32(4), 1283-1304.
3. Alca, D. (2022). Refugee crisis in the grip of orientalism and self-orientalism. *Trends in Business and Economics*, 36(2), 215-223.
4. Aldemir, E. (2019). Bursa Uludağ Üniversitesi uluslararası ilişkiler bölümü öğrencilerinin Türkiye’de yaşayan Suriyeli sığınmacılarla ilgili tutumlarının incelenmesi. *Sinop Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(2), 267-298. doi:10.30561/sinopusd.65.
5. Ankaralı, H., Pasin, Ö., Karacan, B., Tokar, M., Künüroğlu, M., Çaça, M., Şahingöz, N. B. (2017). Üniversite öğrencilerinin Türkiye’deki Suriyeli sığınmacılara bakış açısı. *Düzce Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 7.
6. AvrupaBirliğiTürkiyeDelegasyonu. (2020, 05 09). Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu, Türkiye’deki Mülteci Krizine Avrupa Birliği’nin Müdahalesi. Delegation of the European Union, to Turkey: <https://www.avrupa.info.tr/tr/turkiyedeki-multeci-krizine-avrupabirliginin-mudahalesi-710> adresinden alındı.
7. Barni, D., Cavazza, N., Russo, S., Vieno, A., & Roccato, M. (2020). Intergroup contact and prejudice toward immigrants: A multinational, multilevel test of the moderating role of individual conservative values and cultural embeddedness. *International Journal of Intercultural Relations*, 75, 106–117. <https://doi.org/10.1016/j.ijintrel.2020.02.004>
8. Baş, H., & Eti, S. (. (2021). Sosyal hizmet öğrencilerinin sığınmacılara ilişkin algı ve tutumları: bir vakıf üniversitesi örneği. *Journal of Social Policy Conferences*, 80, 175-198 . <https://dergipark.org.tr/tr/pub/iusskd/issue/64056/96895> adresinden alındı.
9. Beneton, P. (2011). Muhafazakârlık. (C. Akalın, Çev.) İletişim Yayınları.
10. Bierbrauer, G., & Klinger, E. W. (2002). Political ideology, perceived threat, and justice towards immigrants. *Social Justice Research*, 15(1), 41-52.

- 11.Bloemraad, I., Silva, F., & Voss, K. (2016). Rights, Economics, or Family?: Frame Resonance, Political Ideology, and the Immigrant Rights Movement. *Social Forces*, 94, 1647 - 1674.
- 12.Brooks, C., Manza, J., & Cohen, E. D. (2016). Political Ideology and Immigrant Acceptance. *Socius: Sociological Research for a Dynamic World*, 2, 1–12.
- 13.Büyüköztürk, Ş. (2007). Ankara: Pegem Yayıncılık.
- 14.Büyüköztürk, Ş. (2007). Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı (8 b.). Ankara: Pegem Yayıncılık.
- 15.Cambaz, H. Z., Aslan, A., & Karasu, S. (2018). Üniversite öğrencilerinin Suriyeli mültecilere yönelik algı ve görüşlerine yönelik bir nitel araştırma. *R&S - Research Studies Anatolia Journal*, 1(3), 472-489. doi: 10.33723/rs.437435.
- 16.Canetti, D., Snider, K. L., Pedersen, A., & Hall, B. J. (2016). Threatened or threatening? How ideology shapes asylum seekers' immigration policy attitudes in Israel and Australia. *Journal of Refugee Studies*, 29(4), 583-606.
- 17.Chandler, C., & Tsai, Y.-M. (2001). Social factors influencing immigration attitudes: an analysis of data from the general social survey. *Social Science Journal*, 38(2), 177–188.
- 18.Çömez Polat, Ç., & Kaya, F. (2017). Bir ötekileştirme pratiği: Türkiye’de yaşayan Suriyelilere yönelik tutumlar . *Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(1), 38-48. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/meusbd/issue/33259/3702> adresinden alındı.
- 19.Davidov, E., & Meuleman, B. (2012). Explaining attitudes towards immigration policies in european countries: the role of human values. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 38(5), 757–775.
- 20.EDAM. (2014)). Türk Kamuoyunun Suriyeli Sığınmacılara Yönelik Bakış Açısı, Türkiye’de Dış Politika ve Kamuoyu Anketleri 2014/1. Ekonomi ve Dış Politika Araştırmaları Merkezi. <https://edam.org.tr/wp-content/uploads/2014/01/EdamAnket2014.1.pdf> adresinden alındı.
- 21.Eser, H. B., & Uygur, M. R. (2019). Suriyeli göçmenlere yönelik tutumların bütünleşmiş tehdit ve sosyal mesafe kuramları doğrultusunda incelenmesi: Süleyman Demirel Üniversitesi örneği . *Liberal Düşünce Dergisi*, 24(95), 131-162. doi:10.36484/liberal.6.
- 22.Günay, G., Ersoy, A., AydınırBoylu, A., & Kılıç, C. (2019). Kılıç, Göçmenlere Yönelik Olumsuz Tutum Ölçeğinin Türkçe Geçerlilik Güvenirliği. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*, 55(4), 1827-1843.

- 23.Hayduk, L. A. ((1995).). Attitudes, Ideology, and the Factor Model. *Political Psychology*, 16(3), 479–507.
- 24.İnliceliler, N. D. (2019, Ocak). 1923 Yılından Bugüne Türkiye'nin Uluslararası Göç Politikaları ve Sosyal-Ekonomik Etkileri. 1923 Yılından Bugüne Türkiye'nin Uluslararası Göç Politikaları ve Sosyal-Ekonomik Etkileri; Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- 25.İPAE. (2020). İstanbul'da Suriyeli Sığınmacılara Yönelik Tutumlar. İstanbul Politik Araştırmalar Enstitüsü. İPAE. <https://www.stgm.org.tr/sites/default/files/2020-09/istanbulda-suriyeli-siginmacilara-yonelik-tutumlar-arastirma-raporu.pdf> adresinden alındı.
- 26.Jacoby, G. W. (1991). Ideological Identification and Issue Attitudes. *American Journal of Political Science*, 35(1), 178-205.
- 27.Jost, J. T., Federico, C. M., & Napier, J. L. (2009). Political ideology: Its structure, functions, and elective affinities. *Annual review of psychology*, 60, 307-337.
- 28.Junuzi, V. (2019). Refugee Crisis or Identity Crisis: Deconstructing the European Refugee. *Journal of Identity and Migration Studies*, 13(2), 117-147.
- 29.Kaldık, B. O. (2021). Uluslararası göç bağlamında sığınmacılara yönelik yabancı düşmanlığının incelenmesi: Türkiye’de zenofobi üzerine bir uygulama. Bingöl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Kongresi: Krizler, Belirsizlikler ve Arayışlar Özel Sayısı, 69-96. doi: 10.33399/biibfad.1029321.
- 30.Karataş, Z., & Güzel, B. (2020). Üniversite öğrencilerinin yabancı düşmanlığıyla ilgili tutumlarının incelenmesi. *Toplum ve Sosyal Hizmet*, 31(2), 500-523. doi:10.33417/tsh.641947.
- 31.Kılıç, S. (2013). Örneklem Yöntemleri. *Journal of Mood Disorders*, 3(1). doi:10.5455/jmood.20130325011730
- 32.Kiehne, E., & Ayón, C. (2016). Friends or Foes: The Impact of Political Ideology and Immigrant Friends on Anti-Immigrant Sentiment. *The Journal of Sociology & Social Welfare*, 43(3), 135-154.
- 33.Kocijan, B., & Kucek, M. (2022). Immigration Attitudes among Western and Eastern European Mps: Social Identity, Economic Aspects and Political Ideology. *Comparative European Politics*, 20, 33–52.
- 34.Köse, I. (2016). Avrupa Birliği’nin Mülteci Açmazı ve Türkiye-Avrupa Birliği Geri Kabul Anlaşması. *Elektronik Siyaset Bilimi Araştırmaları Dergisi*, 7(1), 1-26.

- 35.Lahav, G., & Courtemanche, M. (2012). The Ideological Effects of Framing Threat On Immigration and Civil Liberties. *Political Behavior*, 34(3), 477-505.
- 36.MacKenzie, I. (2003). *The Idea of Ideology, Political Ideologies: An Introduction*. (Cilt 3). London: Routledge.
- 37.Memişoğlu, F. & Yiğit, C. (2019). Uluslararası Göç ve Kalkınma: Teori ve Güncel Meseleler. *Yıldız Social Science Rewiev* , vol 5 (1), 39-42.
- 38.Mierina, I. &. (2015). Support for Far Right Ideology and Anti-Migrant Attitudes Among Youth in Europe: A Comparative Analysis. *The Sociological Review*, 63, 183-205.
- 39.Morgül, K., Savaşkan, O., & Mutlu, B. (2021). İstanbul'da Suriyeli Sığınmacılara Yönelik Algı ve Tutumlar: Partizanlık, Yabancı Karşıtlığı, Tehdit Algıları ve Sosyal Temas. İstanbul: TÜSES.
- 40.Örs, H. B. (2012). İdeoloji: karmaşık dünyayı anlaşılır kılmak. H. B. Örs içinde, 19. Yüzyıldan 20. Yüzyıla Modern Siyasal İdeolojiler (s. 5-45). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- 41.Prooijen, J. W., Krouwel, A. P., & Emmer, J. (2018). Ideological responses to the EU refugee crisis: The left, the right, and the extremes. *Social psychological and personality science*, 9(2), 143-150.
- 42.Rafiqi, A., & Thomsen, J. P. (2019). The impact of mass-level ideological orientations on immigration policy preferences over time. *Italian Political Science Review/Rivista Italiana di Scienza Politica*, 49(3), 279-291.
- 43.Rustenbach, E. (2010). Sources of negative attitudes toward immigrants in Europe: a multi-level analysis. *International Migration Review*, 44(1), 53-77.
- 44.Seçer, İ. (2013). *SPSS ve LISREL ile Pratik Veri Analizi. Analiz ve Raporlaştırma*. Ankara: Anı Yayınları.
- 45.Semyonov, M., Rajman, R., & Gorodzeisky, A. (2006). The rise of anti-foreigner sentiment in European societies, 1988-2000. *American Sociological Review*, 71(3), 426-449.
- 46.Sides, J., & Citrin, J. (2008). Immigration and the imagined community in Europe and the United States. *Political Studies*, 56(1), 33-56.
- 47.Sümer, M. R. (2021). Suriyeli göçmenlerin toplumsal algılanışı (Şanlıurfa İli merkez İlçeleri örneği). Yüksek Lisans Tezi İnönü Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü/Felsefe ve Din Bilimleri Ana Bilim Dalı. Malatya. <http://abakus.inonu.edu.tr/xmlui/han> adresinden alındı.

- 48.Şen, G., & Keskin Şimşek, H. (2019). Türkiye'deki kamu yönetimi öğrencilerinin Suriyeli sığınmacılara ilişkin tutumları. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(2), 1958-1974. doi:DOI: 10.33206/mjss.459684.
- 49.Varela, J. G., Gonzalez, E., Clark, & John W. Cramer, R. J. (2013). Development and Preliminary Validation of the Negative Attitude Toward Immigrant scale. *Journal of Latina/o Psychology*, 1(3), 155-170.
- 50.Vincent, A. (2010). *Modern Political Ideologies* (Third Edition b.). Oxford: Wiley-Blackwell.
- 51.Wilkes, R., Guppy, N., & Farris, L. (2008). "No thanks, we're full": Individual characteristics, national context, and changing attitudes toward immigration. *International Migration Review*, 42(2), 302-329 .
- 52.Yılmaz, O., Sarıbay, S. A., Bahçekapılı, H. G., & Harma, M. (2016). Political orientations, ideological self-categorizations, party preferences, and moral foundations of young Turkish voters. *Turkish Studies*, 17(4), 544-566.

12. Bölüm

Kırım Savaşı'nın (1853-1856) Realist Çerçveden Değerlendirilmesi

Durmuş Ali KOLTUK¹

¹ Dr. Öğ. Üy. Akdeniz Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Uluslararası İlişkiler Bölümü, dkoltuk@akdeniz.edu.tr, ORCID: 0000-0003-4144-1120

ÖZET

Giriş

1815 Viyana Kongresi ile birlikte Avrupa Uyumu (Concert of Europe) sağlanarak büyük güçlerin birbirleriyle uzlaşabildiği bir denge oluşturulmuştur. Ancak ilerleyen süreçte bu denge özellikle Rusya'nın lehine olmak üzere bozulmaya başlamıştır. 1848 devrimleri ve Macar ayaklanması, 1815 Viyana Düzenlemesi'ni idame ettiren ve 'Avrupa'nın dizginlerini elinde tutan adam' olarak bilinen Metternich'i yerinden ederken Avusturya'nın gücünü zayıflatmış, öte yandan Rusya'nın konumunu ve gücünü arttırmasına sebep olmuştur.¹ Akabinde Rusya geleneksel güneye inme siyasetini gerçekleştirmek amacıyla dikkatini Osmanlı İmparatorluğu'na çevirmiştir. Ancak Rusya'nın gücünü arttırması ve Osmanlı'yı işgal ederek Boğazları ve Balkanları kontrol edip Akdeniz'e inme ihtimalinin doğması üzerine; Fransa ve İngiltere, Rusya'ya karşı Osmanlı Devleti'nin yanında yer alarak bozulan güç dengesini yeniden tanzim etmeye çalışmıştır.² Bu anlamda Kırım Savaşı aslında büyük güçler arasındaki hesaplaşma ve güç gösterisi olmuştur. Savaş sonucunda Rusya yenilmiş ve büyük güçler tarafından yeni bir denge oluşturulmuştur. Kırım Savaşı Realist paradigmanın güç, ittifak, diplomasi, caydırma, güç mücadelesi, silahlanma yarışı ve özellikle güç dengesi gibi temel kavramlarını gözler önüne sermektedir. Bu savaş; yedi devletin güç mücadelesi bağlamında dâhil olduğu, bozulan güç dengesinin yeniden düzenlenerek yeni bir denge oluşturulduğu bir savaştır.

Tukidides; Peleponezya Savaşları'nın nedeninin Atina'nın güçlenmesinin Sparta'da yarattığı kuşku ve güvensizlik olduğunu belirtirken, güç dengesindeki bozulmanın kuşku ile birleşmesinin savaşa neden olduğunu ortaya koymuştur.³ Benzer şekilde Kırım Savaşı da Rusya'nın giderek yükselen gücünün, özellikle İngiltere ve Fransa tarafından dizginlenmesiyle bozulan güç dengesinin yeniden inşa edilme çabasıdır. Realizm 'de çok önemli yeri olan güç dengesi sistemi; 1815 Viyana Düzeni'nin merkezinde yer alarak yaklaşık kırk yıl boyunca Avrupa'da savaşın yaşanmasına engel olmuştur. İlerleyen süreçte Rusya'nın lehine olarak bozulan güç dengesi, İngiltere ve Fransa tarafından Rusya'nın cezalandırıldığı Kırım Savaşı'na yol açmıştır. En az beş önemli devletin yer alarak oluşturduğu güç dengesi sistemi, Avrupa'da kabaca 18. ve 19. yüzyılda egemen olmuştur.⁴ İngiltere, Fransa, Avusturya, Rusya, Osmanlı, Piymonte gibi devletlerin dâhil olduğu, 19.yüzyıl ortalarında patlak veren Kırım Savaşı; güç

¹ Namık S. Turan, *İmparatorluk ve Diplomasi: Osmanlı Diplomasisinin İzinde*, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2015, s. 371

² Kemal Beydilli, "Küçük Kaynarca'dan Yıkılışa", *Osmanlı Devleti ve Medeniyeti Tarihi*, Cilt: 1, IRCICA, 1999, s.77

³ Thukydides, *Peloponnesos Savaşları*, Çev. Furkan Akderin, 3.Bs., Belge Yayınları, 2019, s.67-71

⁴ Morton A.Kaplan, *System and Process in International Politics*, ECPR Press, 2005, s.35

dengesinin bozulması sonucu meydana gelmiş ve savaş sonucunda yeni bir güç dengesi kurulmuştur.

1. Teorik Çerçeve:

Teoriler olay ve olguları anlamada nelerin gerekli ve önemli olduğunu ortaya koyma açısından oldukça yararlıdır. Dünya politikasını anlamlandırmaya ve basitleştirmeye yarayan teoriler olay ve olguları sistematize ederek öngörü ve genelleme yapma imkânı sağlar. Bu çalışmada da Kırım Savaşı'nı ve etkilerini daha iyi anlayabilmek amacıyla uluslararası ilişkilerin en önemli kuramsal yaklaşımlarından olan realizmden yararlanılacaktır. Dünyanın nasıl işlediği ile ilgili teorik bir açıklama sunan realizm uluslararası siyaseti güç kavramı üzerinden inceler.⁵ Realizm rasyonalite, anarşi ve devlet merkezcilik varsayımlarını kabul etmekte bu minvalde uluslararası sistemde istikrarı sağlayan unsurun gün dengesi olabileceğine işaret eder.⁶ Diğer bir deyişle, üstün bir otoritenin olmadığı anarşik bir uluslararası sistemde devletler kendi güç ve çıkarlarının peşinden koşarken birbirlerini dengelemeye yönelik davranışlar izleyeceklerdir. Ancak kimsenin kimseye güvenmediği bu anarşik sistemde her devlet, uluslararası sistemin yol açtığı güvensizlik ve belirsizlik nedeniyle, sadece kendi güvenliğini (self-help) kendisinin sağlayabileceği anlayışını benimseyecek ve bu minvalde kendi bekasını ve güvenliğini koruyacak güce dayalı politikalara meyledecektir.⁷ Bu anlamda klasik realistler, insanda olan olumsuz özelliklerin devletlerin davranış biçimlerine de etki ettiğine ve uluslararası ortamın anarşik yapısında belirleyici etkenin ise güç mücadelesi olduğuna dikkat çekmişlerdir.⁸ Neorealizmin önemli isimlerinden olan Waltz ise devletler arasındaki mücadele ve çatışmayı anarşi olgusuna bağlayarak devletlerin hedeflerini gerçekleştirmek üzere güç politikalarına başvurarak dengeleme yoluna gideceğine işaret etmiştir.⁹

Realistler kendi içerisinde farklı görüş ve kollara sahip olsa da ortak olarak: İnsan doğasının kötümser ve bencil olması, bireylerin güç elde etme arzusunu barındırması, ulusal güvenliğe ve devlet bekasına önem verilmesi, güç çerçevesinde tanımlanmış ulusal çıkarın önceliği ve uluslararası ilişkilerin anarşik doğası gereği çatışma içerisinde olması gibi olgu ve önermeleri kabul

⁵ Eyüp Ersoy, "Realizm", *Uluslararası İlişkiler Teorileri*, Ed. Ramazan Gözen, 2. Bs., İstanbul, İletişim Yayınları, 2015, s.165

⁶ Tayyar Arı, *Uluslararası İlişkiler Teorileri: Çatışma Hegemonya İşbirliği*, 5.Bs., Bursa, MKM Yayıncılık, 2008, s.163

⁷ Murat Cingöz, "Ortadoğu'da İran-Suudi Arabistan Mücadelesi ve Yemen Sorunu-Sosyal İnşacı Bir Analiz", İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, 2018, s.8.

⁸ Ali Bilgin Varlık, Sertif Demir, "Uluslararası İlişkilerde Realist ve Liberalist Kuramların Güç Kavramına Yaklaşım", *Uluslararası İlişkilerde Teorik Yaklaşımlar*, Ed. Hasret Çomak, Caner Sancaktar, İstanbul, Beta Yayınları, 2013

⁹ Kenneth Waltz, *Uluslararası Politika Teorisi*, Çev: Osman Binatlı, Phoenix Yayınları, 2021, s.124.

etmektedir. Bu ön kabullerden yola çıkan realistler devletlerin güç dengesi politikası izlediği Realpolitik bir davranış düzleminde yer aldıklarını vurgular¹⁰ Bir başka deyişle güvenlik ikilemi sorununu aşmaya çalışan devletlerin güç siyasetinin başlıca dinamiklerinden biri olan dengeleme kavramı doğrultusunda hareket ederek kendi çıkarlarının peşinde koşacağına dikkat çekilir.

2.Kırım Savaşı'nın Kökeni

Kırım Savaşı'na giden sürecin kökeni Rusya'nın Çar Petro ile başlayan sıcak denizlere inme politikasına kadar götürülebilir. Rus İmparatorluğu, Çar Petro'dan itibaren sıcak denizlere inme hedefini öncelikleri arasına alırken, ilerleyen süreçte bu projesini gerçekleştirmek için mücadele etmiştir.¹¹ Kırım'ı ilhak ederek Karadeniz'de önemli bir devlet olarak kendini gösteren Rusya, 1800'lerde Napolyon'u da durdurmayı başararak gücünü ortaya koymuştu. Özellikle 1825 yılında tahta çıkan Çar I. Nikola ile birlikte Akdeniz'e inmek ve dünya hâkimiyetini sağlamak fikri Rus İmparatorluğu'nda daha da ağırlık kazanmıştı.¹² Napolyon Savaşları'ndan sonra kurulan Viyana Düzeni; herhangi bir devletin Avrupa'da egemenlik kurmasını engellemeye yönelik bir güç dengesi sistemi ile idame ettirilirken; İngiltere, Fransa, Avusturya, Prusya ve Rusya; beş büyük Avrupa gücü olarak bu dengenin başat aktörleriydi.¹³ Ancak 1850'lilerin başına geldiğimizde, 1815 yılında kurulan Avrupa Uyumu'nun ve güçler dengesinin bozulduğunu görmekteyiz.

1815 yılında kurulan güç dengesi ilerleyen süreçte özellikle Rusya lehine bozulurken, Rusya'nın gücünü ve etki alanını arttırmaya yönelik politikaları diğer büyük güçleri de harekete geçirecekti. Rusya özellikle Boğazlar ve Balkanlar üzerindeki etki ve nüfuzunu arttırmak için planlar yaparken, İngiltere; Rusya'nın Doğu Akdeniz ve Orta Asya'daki genişleme stratejisini kuşku ve endişeyle izlemekteydi. İlerleyen süreçte Rusya'nın Boğazlar'ı ve Balkanlar'ı kendi nüfuz alanına sokmaya yönelik çabaları İngilizlerin kuvvetli direnişiyle karşılaşacaktı.¹⁴ Öte yandan Fransa da Rusya'nın Doğu Akdeniz'deki nüfuz alanını arttırmasından siyasi ve ekonomik olarak zarar göreceği sebebiyle kaygılıydı. İşte bu vaziyet içerisinde Osmanlı Devleti topraklarında yer alan Kudüs'teki Kutsal Yerler konusu uluslararası bir sorun hâline geldi. Görünürdeki sebep Kudüs'teki kutsal makamların yönetimi olsa da asıl mesele yakın doğudaki güç ve etki sorunuydu.¹⁵

¹⁰ Mustafa Aydın, “Uluslararası İlişkilerin Gerçekçi Teorisi: Kökeni, Kapsamı, Kritiği”, Uluslararası İlişkiler, C.I, No:1, Bahar, 2004, s.39

¹¹ Erdoğan Keleş, “Kırım Savaşı'nda (1853-1856) Karadeniz ve Boğazlar Meselesi”, *Osmanlı Tarihi ve Araştırma Uygulama Merkezi Dergisi*, 2008, s. 149

¹² A.e., s.157

¹³ Tuncer Hüner, *Osmanlı Devleti ve Büyük Güçler*, Kaynak Yayınları, 2009, Eylül, s.19

¹⁴ Henry Kinssinger, *Diplomasi*, Çev. İbrahim H. Kurt, 17.Bs., Türkiye İş Bankası Yayınları, 2018, s. 84

¹⁵ Hüner, *Osmanlı Devleti ve Büyük Güçler*, s.63

Eskiden beri Kudüs'teki kutsal yerlerin bakım ve onarımı için mücadele etmekte olan Fransa ve Rusya arasındaki bu sorun 1850 yılında yeniden patlak verdi. Fransa ve Rusya kendilerini Osmanlı Devleti'nde yaşayan Hristiyan halkların koruyucusu olarak görmekteydi.¹⁶ Fransa'ya kutsal yerler konusunda verilen ayrıcalıklardan memnun kalmayarak kendisine de çeşitli ayrıcalıklar verilmesini isteyen ve 1850-1853 yılları arasında süren müzakerelerden istediği neticeyi elde edemeyen Rusya, 28 Şubat 1853 yılında Prens Mençikof'u fevkalade elçi sıfatıyla İstanbul'a gönderdi.¹⁷ Osmanlı Devleti'nin Rus taleplerini yerine getirmesini sağlamaya yönelik agresif bir o kadar da diplomatik nezaketlerin dışında bir tavır takınan Mençikof; Rusya'nın Osmanlı tebaasındaki Ortodokslar üzerindeki yetkisini de tanıyan bir anlaşma yapılması için çalışmış ancak Rusların istediği şartlarda bir anlaşma Osmanlı Devleti'nce kabul görmemişti.¹⁸ Zira Rusların talepleri Osmanlı hükümlerlik haklarını çiğnemekteydi. Özellikle; Rusya'nın Osmanlı topraklarındaki Ortodoksların himayesini üstlenmek istemesi Osmanlı bünyesinde altı milyondan fazla Slav Ortodoks'un yaşadığı göz önüne alınırsa Osmanlı için bağımsızlığını gölgeleyen bir durum olacaktı.

Rus taleplerinin, Osmanlı'nın Rus İmparatorluğu'nun himayesine girmeyi ifade ettiği bizzat İngilizler tarafından dile getirilmiş ve İngilizler bu süreçte Osmanlı'nın Rus taleplerini reddetmesindeki başlıca unsur olmuştur.¹⁹ Zira İngilizler Rusya'nın Osmanlı üzerinde nüfuz kurarak Karadeniz'de ve Boğazlar'da önemli bir askeri güç olarak yer alması ihtimalinden oldukça kaygılıydı ve bu sebeple bu süreçte Osmanlı'nın yanında yer almıştır.²⁰ İngilizlerin 1853 krizindeki amaçları, esasen 1833'ten sonraki Türkiye yönelik politikalarıyla uyumlu olarak Türkiye'nin Boğazları elinde tuttuğu statükoyu korumaktı. 1853'ün başlarında İngiltere, Fransa ve Rusya'nın dengiyi değiştirme girişimlerine karşı çıkmış ve İngiliz devlet adamı Palmerston, İngiliz çıkarlarına yönelik stratejik tehdidi ortadan kaldırmak için Rusya'ya karşı koymak gerektiğine inanmıştır. Bunun da sınırlı yöntemler ve sınırlı bağlılıklarla yapılabileceğine inanıyordu. Bu yöntemin hem Türkiye'yi güvence altına alacağına hem de İngiltere'nin konumunu iyileştireceğine ikna olmuş durumdaydı.²¹ Bu minvalde Mençikof'un İstanbul'a gelmesinden sonra telaşlanan İngiltere ve Fransa'nın maslahatgüzarları Osmanlı Devleti'ne yönelik

¹⁶ Paul Hourie, *Türkiye Nasıl Paylaşıldı?*, Çev. Tüccarzaade İbrahim Hilmi, 1.Bs., DBY Yayınları, 2016, s.10-11

¹⁷ A.e., s.11

¹⁸ Alan Palmer, *Son Üç Yüz Yıl Osmanlı İmparatorluğu (Bir Çöküşün Tarihi)*, Çev. Belkis Dışbudak Çorakçı, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, 2002, s. 129

¹⁹ Hüner, *Osmanlı Devleti ve Büyük Güçler*, s.67

²⁰ A.e., s.68

²¹, Andrew Lambert. *The Crimean War: British Grand Strategy against Russia, 1853–56*. Routledge, 2016, s.35.

Rus tehdidine karşı donanmalarını çağırma kararı vermişlerdi. Yapılan müzakerelerden istediği neticeyi alamayan Mençikof'un, 21 Mayıs 1853'te sefaretini terk etmesiyle birlikte Rusya ve Osmanlı arasındaki resmi ilişkiler kesilmiştir.²²

Rusya, 2 Temmuz 1853 yılında Osmanlı Devleti'ne ait Eflak ve Boğdan Prensliklerini -şartlarının yerine getirilmesi amacıyla- işgal etmiştir. Osmanlı Devleti bu işgali resmen kınayarak Avrupa Devletleri'ni yanına çekebilmek amacıyla diplomatik faaliyetlerini hızlandırmıştır.²³ Görüldüğü üzere Rusya bu süreçte Balkanlar ve Boğazlar'da nüfuzunu arttırma isteğini yerine getirmek için taviz vermez bir tutum sergilemiştir. Rusya'nın bu şekilde Balkanlar ve Boğazlar üzerinde nüfuzunu arttırma çabası İngiltere tarafından Rusya'nın cezalandırılmasına giden yolun başlangıcı olmuştur.²⁴ Rusya'nın 1815 yılında kurulan Avrupa Uyumu'nu ve güç dengesini kendi lehine çevirmeye yönelik tutumu İngiltere tarafından dikkatle ve endişeyle izlenmekteydi. Devletlerin kendi çıkar ve gücünün peşinde koştuğu bu uluslararası arenada İngiltere; Rusya'nın meydan okumasına elbette ki kayıtsız kalmayacaktı. Osmanlı Devleti'nin Rusya ile yaşadığı bu kriz esnasında İngiltere ve Fransa Osmanlı'ya diplomatik desteklerini vermenin yanı sıra Ekim ve Kasım 1853'te donanmalarını İstanbul'da toplamışlardı.²⁵ İlerleyen süreçte Osmanlı Devleti'nin donanmasına ait 12 geminin Sinop'ta Ruslar tarafından yakılmış böylece Sinop baskını ile Rus tehdidi belirginleşmişti.²⁶ Bunun üzerine İngiltere ve Fransa, donanmalarını Osmanlı donanması ile birlikte seyretmek üzere Karadeniz'e gönderdiler.²⁷ Zira Osmanlı donanmasının yakılması ve Osmanlı donanma gücünün Karadeniz'deki etkisinin azalması ile birlikte burada bir güç boşluğu ortaya çıkmıştı. Bu boşluğu Rusların doldurması ve Boğazları tehdit eder hale gelmesi İngiltere ve Fransa'nın kabul edemeyeceği bir durumdu. Rusya'nın Boğazlar'ı ve İstanbul'u tehdit eder hale gelmesine, İngiltere ve Fransa donanmalarını Osmanlı safında Karadeniz'e göndermekle karşılık verecekti. Bu arada Viyana'da, Rusya ile Osmanlı arasında yaşanan sorunu çözmek amacıyla barış görüşmeleri düzenlenmiştir. Bu görüşmelerde İngiltere ve Fransa Osmanlı'nın yanında tavır alarak özellikle Karadeniz'deki Rus donanmalarının çekilmesi, Prensliklerin tahliyesi, Osmanlı Devleti'nin toprak bütünlüğünün korunması gibi hususları Rusya'ya kabul ettirmek istemişlerdi. Ancak İngiltere ve Fransa'nın baskısına rağmen Rusya bu

²² Palmer, *Son Üç Yüz Yıl Osmanlı İmparatorluğu (Bir Çöküşün Tarihi)*, s.130

²³ Fuat Andıç ve Süha Andıç, *Kırım Savaşı: Ali Paşa ve Paris Antlaşması*, Eren Yayıncılık, 2002, s.25

²⁴ Turan, *İmparatorluk ve Diplomasi: Osmanlı Diplomasisinin İzinde*, s. 375

²⁵ Andıç ve Andıç, *Kırım Savaşı: Ali Paşa ve Paris Antlaşması*, s.29

²⁶ During the intervening, s.11.

²⁷ Sir Adolphus Slade, *Müşavir Paşa'nın Kırım Harbi Anıları*, Çev. Candan Badem, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, 2012, s. 178

şartları kabul etmeyerek Prensliklerdeki işgalini sürdürmüştür.²⁸ Burada şunu açık bir şekilde görmekteyiz ki İngiltere ve Fransa uluslararası ilişkileri bir güç siyaseti olarak görmüş ve Osmanlı'yı Rusya'ya karşı destekleyerek dengeleme siyaseti izlemişlerdi. Rusya'nın karşısında tek başına duramayacak olan Osmanlı Devleti bu iki devletin desteği ile Rusya'ya karşı direnebilecekti.

Güvenlik ikilemi sonucu İngiltere, Fransa ve Rusya karşılıklı silahlanarak adım adım savaşa daha da yaklaşmışlardı. İngiltere ve Fransa; Rusya'nın Karadeniz'deki donanmasının kendi çıkar ve gücünü tehdit eder hale gelmesinden oldukça rahatsızdı. Bu nedenle Kırım Savaşı'na giden süreci Rusya'nın Karadeniz'de silahsızlanmasını sağlayacak bir fırsat olarak görmüşlerdi.²⁹ Rusya'nın Boğazlar üzerindeki hâkimiyetinin onu rakipsiz bir dünya gücü yapmasından endişelenen Fransa ve İngiltere, -Napolyon Savaşları sırasında birbirleriyle yıllarca savaşmasının üzerinden pek bir zaman geçmeden-Rusya'nın emellerine karşı koyabilmek amacıyla ortak hareket eder hale gelmişlerdi. Fransa Kralı III. Napolyon 'un; 'Rusya'nın Baltık Denizi'ne ve Karadeniz'e sahip olarak kendi çıkarlarına ters düşen hamleler yaptığını' belirtmesi ve İngiliz Lord Cowley'in 'savaşın başlıca ve gerçek nedeninin Rusya'nın saldırgan emellerini durdurmak' olduğunu ifade etmesi bize çok şey anlatmaktadır.³⁰ Savaşa giden yol Rusya'nın güçlenmesinin İngiltere ve Fransa'da yarattığı endişe ve kuşku ile döşenmiştir. Rusya'nın Boğazları kontrol ederek Doğu Akdeniz'de nüfuz alanı kurma ihtimali hem Fransa'nın Doğu Akdeniz'deki çıkarlarına hem de İngiltere'nin Hindistan yollarını güvende tutma politikasına ve Akdeniz'deki hakimiyetine terstir. Rusya ise nüfuz alanını genişletip kendi lehine yeni bir güç dengesi düzenleyerek gücünü ve etkisini daha da arttırmak istemektedir.

Kırım Savaşı; Rusya'nın yayılma tehdidinin Avrupalı büyük güçlerde uyandırdığı korku ve güvenlik endişesi sonucu, Osmanlı Devleti'nin varlığını sürdürülmesinin Avrupa'daki denge için zorunluluk olduğu düşüncesiyle birlikte, Rusya'ya karşı ortak bir ittifak kurulması ile neticelenecek ve bu savaş sonucunda, Rusya'nın öncesinde bozduğu güç dengesi yeniden kurulacaktır. Osmanlı Devleti bu süreçte diplomasiyi başarıyla kullanarak güçlü rakibine karşı kendine müttefikler edinebilmiştir. Rusların Viyana'da süregelen barış görüşmelerinde geri adım atmaması sonucu İngiltere ve Fransa Osmanlı Devleti ile ittifak anlaşması yaparak 28 Mart 1854'te savaşa katılmışlardı.³¹ Bu arada Avusturya da bu mücadeleye dahil olarak Rusya'ya ultimatom vermiş ve

²⁸ Andıç ve Andıç, *Kırım Savaşı: Ali Paşa ve Paris Antlaşması*, s.30

²⁹ Enver Ziya Karal, *Osmanlı Tarihi (IV.cilt)*, Sabah Yayınları, 2011, s.237

³⁰ Slade, *Müşavir Paşa'nın Kırım Harbi Anıları*, s.89

³¹ Palmer, *Son Üç Yüz Yıl Osmanlı İmparatorluğu (Bir Çöküşün Tarihi)*, s.54

Prensliklere asker sokma kararı almıştı.³² Avusturya'nın bir Balkan gücü ve Alman devletlerinin etkili lideri olarak merkezi konumu, çatışmanın Rusya'nın deniz kanatlarıyla sınırlandırılmasına yol açmıştır. Müttefikler Avusturya'nın desteğini isterken, Türk iddialarını öne sürerek ya da daha temelde Avrupa düzeninde derin bir değişiklik öngören bir savaş hedefleri programını benimseyerek onu yabancılaştırmamaya dikkat ettiler. Rusya ise Macar ayaklanmasının bastırılmasındaki rolünün karşılığını almak istiyordu. Ancak Avusturya tarafsız ve dengeleyici bir rol izlemek istemişti. Ancak bunu pek de becerememişti. Öyle ki tarafsızlığını ilan etmesine rağmen savaşın Avusturya ve dolayısıyla Avrupa dengesi üzerinde büyük bir etkisi oldu. On yıl içinde Avusturya yalnız kalarak Almanya'nın liderliğini savaşın gerçek çıkarıcısı olan Prusya'ya kaptırdı.³³

Avusturya'nın ultimatomu üzerine Rusya Prensliklerden geri çekilmiş ve İngiltere, Fransa ve Osmanlı ile askeri mücadelesi Kırım'da cereyan etmişti. İngiltere ve Fransa'nın Osmanlıların yanında saf tutmalarından dolayı Rusya; İngiltere ve Fransa'yı Türklerle birlikte Hristiyanlara karşı ittifak yapmakla suçlamıştır.³⁴ Ancak bu suçlamanın önemslenmemesi ve ciddi bir etkisinin olmaması bize gösteriyor ki devletler realist bir çerçevede kendi güç ve çıkarlarının peşinde koşmaktadır. Kendi güç ve çıkarı peşinde koşan devletler kendi menfaatleri için hangisi en uygunsa onu yerine getirmektedir.

Kırım Savaşı devam ederken savaştaki devletler arasında barış müzakereleri de devam etmiştir. İngiltere ve Fransa bu müzakerelerde özellikle Rusya'nın Karadeniz'deki askeri donanmasını sınırlandıracak şartlar öne sürmüş ancak bu şartlar Rusya tarafından kabul edilmemiştir.³⁵ Yaklaşık eşitlerden oluşan bir ortaklık olarak iş birliği ile hareket etmek zorunda olan İngiliz- Fransız İttifakı İngiliz ordusunun zayıflığı nedeniyle bu her zaman verimli değildi. Ocak 1855'ten sonra İngiltere, savaşın Fransız ağırlığını kabul etmek zorunda kaldı. Fransa ve İngiltere'nin Rusya'ya savaş açarken farklı amaçları vardı ve bunlar stres zamanlarında stratejik karar alma süreçlerinde belirgin hale geldi. Palmerston, Fransa'nın sınırlı bir barış yaratmaya çalıştığını anlayınca, çabalarını İngiltere'ye açık olan tek sınırsız operasyona, Cronstadt/St Petersburg'a deniz saldırısına çevirdi. İttifak daha sağlıklı olsaydı, Canrobert'in çizdiği gibi birleşik bir saldırı benimsenebilirdi, ancak İngilizler ile Fransızlar arasında yeterli bir eş

³² Karal, *Osmanlı Tarihi (IV.cilt)*, Sabah Yayınları, 2011, s.238

³³ Andrew Lambert. *The Crimean War: British Grand Strategy against Russia, 1853–56*. Routledge, 2016, s.348.

³⁴ Keleş, "Kırım Savaşı'nda (1853-1856) Karadeniz ve Boğazlar Meselesi", s. 176

³⁵ Palmer, *Son Üç Yüz Yıl Osmanlı İmparatorluğu (Bir Çöküşün Tarihi)*, s.54

güdümlü ve güven yoktu.³⁶ İngilizler Rusları Karadeniz’de silahsızlandırarak hem Rusya’nın gücünü azaltmayı hem de kendi siyasi ve ekonomik çıkarlarına yönelik önemli bir tehdidi savuşturmayı hedeflemekteydi. Yine de müzakerelerde anlaşma sağlanamamasından sonra İngiltere ve Fransa savaşın şiddetini arttırarak Sivastopol kuşatmasına hız vermişlerdir.³⁷ Bu arada, İtalya birliğini sağlamak için destek arayışında olan ve ilerleyen süreçte İtalya’nın birleşmesinde öncü rol oynayan, Piyomente; İngiltere ve Fransa’nın yanında savaşa dahil olarak Kırım’a müttefiklerin safında asker göndermiştir.³⁸ Osmanlı’nın iç meselesi olarak başlayan bir olay Rusya, İngiltere, Fransa, Almanya, Avusturya ve Piyomente’nin de dâhil olduğu uluslararası bir mücadeleye dönüşmüştür. Nihayetinde 9 Eylül 1855’te Sivastopol şehri müttefiklerce ele geçirilmiştir. Ancak müttefikler Rusya’ya karşı umdukları gibi bir zafer elde edememiştir. Rusya gibi bir kara gücüne karşı sonuç elde etmek beklendiğinden çok uzun zaman almış ve herhangi bir İngiliz devlet adamının taahhüt edeceğinden çok daha uzun sürmüştür. Aslında kamuyounda Trafalgar ve Waterloo gibi kısa ama kesin bir zafer beklentisi vardı ve İngilizlerin uzun bir savaş arzuları yoktu. Ancak İngiltere ve Fransa, Rusya’ya karşı sınırlı bir savaş yürüttüler. Ayrıca çatışmanın coğrafyasıyla sınırları olan Prusya ve Avusturya gibi devletler, bu savaşın Avrupa çapında bir çatışmaya dönüşmesini engelledi. Üstelik müttefikler sınırsız bir savaş çabasının mali ve siyasi fedakarlıklarına odaklanmamıştı çünkü özünde Rusya ile savaşmaktan çok kendi rekabetleriyle ilgileniyorlardı. Yeni giriştikleri savaşa kötü hazırlanmış olan İngiltere ve Fransa, Karadeniz’de olağanüstü riskler almak zorunda kaldılar ve istemeye istemeye de olsa Baltık’ta daha küçük hedefleri kabul etmek zorunda kaldılar.³⁹ Aradan geçen 25 ay boyunca İngiltere, Rusya’ya karşı Türkiye, Fransa ve Sardunya ile birleşirken, her iki taraf da kenarda duran Avusturya ve Prusya’ya kur yaptı.⁴⁰ aralık ayında da Rusya’ya verilen notanın akabinde barış görüşmelerine yeniden başlanılmıştır.⁴¹

3.Savaşın Sonu: 1856 Paris Antlaşması

Barış müzakereleri sırasında müttefikler arasında görüş ayrılıkları belirginleşmiştir. Zira İngiltere ve Osmanlı, Rusya’nın ağır bir şekilde cezalandırılmasından yana tavır koymuş ve Rusya’nın ordu ve donanma gücünü kısıtlamaya yönelik bir politika gütmüşlerdi. İngiltere ve Osmanlı Devleti

³⁶ Andrew Lambert. *The Crimean War: British Grand Strategy against Russia, 1853–56*. Routledge, 2016, s.349

³⁷ Karal, *Osmanlı Tarihi (IV.cilt)*, s.240

³⁸ Matthew Smith Anderson, *Doğu Sorunu*, Çev. İdil Eser, Yapı Kredi Yayınları, 2010, s. 155

³⁹ Andrew Lambert. *The Crimean War: British Grand Strategy against Russia, 1853–56*. Routledge, 2016, s.34.

⁴⁰ John Sweetman, *Essential Histories The Crimean War, Great Britain: Osprey Publishing* 2001, s.9

⁴¹ Fahir Armaoğlu, *19. Yüzyıl Siyasi Tarihi*, Timaş Yayınları, 2017, s. 144

boğazları ve Akdeniz'i tehdit eden Rusya'yı bete noire (siyah canavar) olarak görmekteydi.⁴² Öte yandan Fransa ve Avusturya ise daha hafif yaptırımların ve şartların uygulanmasını istemekteydi.⁴³ Karadeniz'deki donanması ve ordusu büyük darbe alan Rusya'nın gücü bu savaşla birlikte azalmış, güç dengesini bozan konumu sarsılmıştı. Ancak Rusya'nın aşırı şekilde cezalandırılması en çok İngiltere'ye yarayacak, bu durumda da İngiltere güç dengesini bozabilecek bir konuma yerleşebilecekti. Büyük devletler bu hassas dengeyi doğru bir şekilde kurmaya çalışıyordu. Uluslararası istikrarın sağlanabilmesi de bu hassas dengeyi doğru bir şekilde kurulmasına bağlıydı.⁴⁴ Barış müzakereleri Paris'te toplanmıştır. Barış müzakerelerinin Fransa'nın başkentinde toplanması Fransa'nın önem verdiği bir noktaydı. Zira bu durum Fransa'nın Napolyon Savaşları'ndan sonra Avrupa diplomasisindeki kaybettiği gücünün ve itibarının yeniden yükselişini ifade ediyordu.⁴⁵ Savaşın İngilizler açısından önemli dersi ise Fransa ile uyum içinde hareket etmenin deneyiminden anlaşılmış olduğu üzere gerekirdi- kıtadaki İngiliz hegemonyasının için yalnızca diğer güçlerle koalisyon halinde etkili olduğuydu.⁴⁶

Kongrede; İngiltere, Fransa, Rusya, Avusturya, Osmanlı ve Piyomente gibi devletler yer almıştır. Kongre sonucunda akdedilen 1856 Paris Antlaşması'nın en önemli noktaları şunlardı: Boğazlar'ın kapalılığı ilkesi -1841 Londra Antlaşması'ndaki gibi- geçerli olacaktı. Yani barış zamanında Boğazlar'dan ticaret gemilerinin geçmesi serbest iken harp gemilerinin geçmesi yasak olacaktı. Karadeniz'de hiçbir devletin donanması olmayacaktı.⁴⁷ Özellikle Karadeniz'de hiçbir donanmanın yer almayacak olması Rusya için ağır bir darbe olmuştur. Zira bu yolla Rusya'nın Karadeniz'deki gücü kırılırken aynı zamanda Doğu Akdeniz'e nüfuz etme planları da bir süreliğine rafa kalkmıştır. Bu anlaşmaya göre Karadeniz tarafsız hale getirilirken Karadeniz kıyılarında herhangi bir ülkeye ait tersane ve donanmanın olmayacağı, ticaret gemilerinin serbestçe hareket edebileceği gibi kararlar da alınmıştır.⁴⁸ Anlaşmadaki bir diğer önemli nokta ise Osmanlı Devleti'nin bir Avrupa devleti sayılacağı ve toprak bütünlüğünün Avrupa devletlerinin ortak garantisinde olacağının belirtilmesidir.⁴⁹ Bu karar ile Osmanlı Devleti yeni kurulan güç dengesinin

⁴² John Sweetman, *Essential Histories The Crimean War, Great Britain: Osprey Publishing* 2001, s.92.

⁴³ Palmer, *Son Üç Yıl Osmanlı İmparatorluğu (Bir Çöküşün Tarihi)*, s.228

⁴⁴ A.e.

⁴⁵ A.e

⁴⁶ Andrew Lambert. *The Crimean War: British Grand Strategy against Russia, 1853–56*. Routledge, 2016, s.349.

⁴⁷ Andıç ve Andıç, *Kırım Savaşı: Ali Paşa ve Paris Antlaşması*, s.43

⁴⁸ A.e.

⁴⁹ A.e.

içerisinde yer alarak güvenliğini ve toprak bütünlüğünü korumayı hedeflemekteydi.

4.Sonuç

Realizm uluslararası ilişkilerin mücadele ve rekabet alanı olduğunu ve devletlerin ister amaç ister araç için olsun güç peşinde koşarak kendi çıkar ve menfaatlerini kovaladığına dikkat çekmektedir.⁵⁰ Müttefiklerin Rusya'ya karşı Osmanlı Devleti'ni desteklediği Kırım Savaşı'ndaki süreç ise realizmin düzlemi ile örtüşmektedir. Bu süreçte her devlet kendi çıkarının peşinde koşarak uluslararası ilişkileri bir güç siyaseti olarak değerlendirmişti. İngiltere ve Fransa'nın savaşa girmesinin asıl sebebi Rusya'nın yükselen gücünü dizginlemektir. Realistlerce en önemli aktör olarak görülen devletlerin, birbirleri arasında gerçekleşen güç mücadelesi Uluslararası İlişkilerin temelini oluşturmaktadır.⁵¹ Kırım Savaşı'nda yaşanan süreçte, tam da buna tanık olmaktayız. Kırım Savaşının başlangıcındaki sorun olan dini sebepler politik ve stratejik planların ancak bahanesiydi.⁵² Asıl sebep Çar Nikolo'nun İstanbul'u ve Boğazlar'ı kontrol altına almak gibi bir emel beslemesi buna karşın İngiltere ve Fransa'nın Rusya'nın yükselen gücüne artık bir dur demenin vaktinin geldiğine inanmasıdır. 1828-1829 Osmanlı Rus savaşında Rusya Osmanlı'yı yenerek Edirne'ye kadar gelmişti. Ancak Fransa ve İngiltere o dönemin şartları içerisinde Osmanlı Devleti'ne ciddi bir destek vermemişti. Bu nedenle Rusya; Kırım Savaşı'na giden süreçte İngiltere ve Fransa'nın Osmanlı'ya bu denli destek vereceğini hesap edememişti. Rus Çarı Nikolo; Avusturya, Fransa ve İngiltere'nin kendisine karşı duracaklarını beklemiyordu.⁵³ Ancak 1828-1829 savaşından sonraki süreç içerisindeki iki önemli değişim dikkatle okunmalıydı. Birincisi Rusya'nın yükselen gücünün İngiltere ve Fransa tarafından daha bir dikkatle ve kuşkuyla takip edilmesi, ikincisi ise 1848 yılında, Viyana Düzenleyicisi olan Metternich'in görevinden ayrılmasıyla birlikte 1815 Avrupa Uyumu'nun tamamen çökmesi. Bu iki önemli değişiklik denge sisteminin bozulmasına sebep olmuş ve bu bozulan düzen de Kırım Savaşı'na yol açmıştır.

Kırım Savaşı'nı sona erdiren Paris Antlaşması ile Rusya'nın sarstığı Avrupa Dengesi yeniden inşa edilmiştir.⁵⁴ Rusya'nın hamleleriyle bozulmuş olan güç dengesi yeniden düzenlenmiştir. Antlaşma sonucu Rusya'nın Karadeniz'deki

⁵⁰ Ramazan Gözen, *Uluslararası İlişkiler Teorileri*, İletişim Yayınları, 2015, s.161

⁵¹ Sait Yılmaz, "Uluslararası İlişkilerde Güç ve Güç Dengesinin Evrimi", *Stratejik Araştırmalar Dergisi*, 2008, s.28

⁵² Kinssinger, *Diplomasi*, s. 85

⁵³ Hüner, *Osmanlı Devleti ve Büyük Güçler*, s.69

⁵⁴ Turan, *İmparatorluk ve Diplomasi: Osmanlı Diplomasisinin İzinde*, s. 384

tersaneleri ve donanmaları imha edilerek İngiltere ve Fransa'nın korku ve endişeleri bir süreliğine giderilmiştir.

Anarşik bir ortamda mücadele eden devletler dengeleme siyaseti izlemektedir.⁵⁵ İşte bu dengeleme siyaseti içerisinde -zaman zaman bozulsa da- 19.yüzyıl bir güç dengesi çağıdır.⁵⁶ Realizm 'de güç unsuru çok önemli bir yer teşkil ederken uluslararası sistemin güç dengesi üzerine kurulduğu görüşü bu teori içerisinde önemli bir yer tutmaktadır.⁵⁷ Kırım Savaşı ve Paris Antlaşması; güç dengesinin bozulup yeniden kurulduğu ve diplomasi, ittifak, silahsızlanma, güç, güç dengesi gibi kavramların öne çıktığı bir süreçtir. 1815 yılında kurulan denge sonrası yaklaşık kırk yıl Büyük Güçler arasında savaş olmamıştı. Yine 1856'da kurulan dengeden sonra da I. Dünya Savaşı'na kadar Avrupa'daki tüm büyük güçlerin dahil olduğu genel bir savaş yaşanmadı.⁵⁸ Kendi güç ve çıkarlarının peşinde koşan Avrupa'nın büyük devletleri uluslararası sistemin anarşik yapısına rağmen dengeleme siyaseti izleyerek Real politik düzlemde bir denge kurma arayışı içerisinde olmuşlardı.⁵⁹ Kırım Savaşı; Rusya'nın dengeyi bozan gücünü zayıflatırken aynı zamanda yönünü ve dikkatini 1870'li yıllara kadar -Balkanlar ve Boğazlar'dan- Uzakdoğu'ya çevirmesine sebep olmuştu. I.Dünya Savaşı'na giden sürecin Balkanlar'da bozulan dengeyle çok yakından alakalı olduğunu göz önüne alırsak, Kırım Savaşı ve Paris Antlaşması'nın uluslararası sistemdeki önemini daha iyi bir şekilde anlayabiliriz.

⁵⁵ Jack Donnelly, *Realism and International Relations*, Cambridge University Press, 2009, s.60

⁵⁶ Sait Yılmaz, "Uluslararası İlişkilerde Güç ve Güç Dengesinin Evrimi", s.29

⁵⁷ Sibel Turan, "Neorealist Kuram Bağlamında Ukrayna Krizinin Değerlendirilmesi", *Uluslararası İlişkilerde Teoriden Pratiğe Güncel Yaklaşımlar*, Der. Sibel Turan ve Nergis Ö. Köroğlu, Dora Yayınları, 2015, Nisan, s.20

⁵⁸ Kinssinger, *Diplomasi*, s.71

⁵⁹ Tayyar Arı, *Uluslararası İlişkiler Teorileri (Çatışma, Hegemonya, İşbirliği)*, MKM Yayıncılık, 2008, s.173

KAYNAKÇA:

- Namık S. Turan, İmparatorluk ve Diploması: Osmanlı Diplomasisinin İzinde, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2015
- Thukydides, Peloponnessos Savaşları, Çev. Furkan Akderin, 3.Bs., Belge Yayınları, 2019
- Morton A.Kaplan, System and Process in International Politics, ECPR Press, 2005
- Kaplan Erdoğan Keleş, “” Kırım Savaşı’nda (1853-1856) Karadeniz ve Boğazlar Meselesi”, Osmanlı Tarihi ve Araştırma Uygulama Merkezi Dergisi, 2008
- Tuncer Hüner, Osmanlı Devleti ve Büyük Güçler, Kaynak Yayınları, 2009
- Henry Kinssinger, Diploması, Çev. İbrahim H. Kurt, 17.Bs., Türkiye İş Bankası Yayınları, 2018
- Ramazan Gözen, Uluslararası İlişkiler Teorileri, İletişim Yayınları, 2015
- Sait Yılmaz, “Uluslararası İlişkilerde Güç ve Güç Dengesinin Evrimi”, Stratejik Araştırmalar Dergisi, 2008
- Jack Donnelly, Realism and International Relations, Cambridge University Press, 2009
- Sibel Turan, “Neorealist Kuram Bağlamında Ukrayna Krizinin Değerlendirilmesi”, Uluslararası İlişkilerde Teoriden Pratiğe Güncel Yaklaşımlar, Der. Sibel Turan ve Nergis Ö. Köroğlu, Dora Yayınları, 2015, Nisan
- Tayyar Arı, Uluslararası İlişkiler Teorileri (Çatışma, Hegemonya, İş birliği), MKM Yayıncılık, 2008
- Kemal Beydilli, “Küçük Kaynarca’dan Yıkılışa”, Osmanlı Devleti ve Medeniyeti Tarihi, Cilt: 1, IRCICA, 1999
- Paul Hourie, Türkiye Nasıl Paylaşıldı? Çev. Tüccarzade İbrahim Hilmi, 1.Bs., DBY Yayınları, 2016
- Alan Palmer, Son Üç Yüz Yıl Osmanlı İmparatorluğu (Bir Çöküşün Tarihi), Çev. Belkıs Dişbudak Çorakçı, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, 2002
- Fuat Andıç ve Süha Andıç, Kırım Savaşı: Ali Paşa ve Paris Antlaşması, Eren Yayıncılık, 2002
- Sir Adolphus Slade, Müşavir Paşa’nın Kırım Harbi Anıları, Çev. Candan Badem, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, 2012
- Sweetman, John. "Essential Histories The Crimean War." Great Britain: Osprey Publishing (2001).
- Lambert, Andrew. The Crimean War: British Grand Strategy against Russia, 1853–56. Routledge, 2016.

Enver Ziya Karal, Osmanlı Tarihi (IV.cilt), Sabah Yayınları, 2011

Matthew Smith Anderson, Doğu Sorunu, Çev. İdil Eser, Yapı Kredi Yayınları, 2010

Fahir Armaoğlu, 19. Yüzyıl Siyasi Tarihi, Timaş Yayınları, 2017

Murat Cingöz, “Ortadoğu’da İran-Suudi Arabistan Mücadelesi ve Yemen Sorunu-Sosyal İnşacı Bir Analiz”, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, 2018

13. Bölüm

Kültürlerarası İletişim Kuramları Bağlamında Türk ve Alman Fıkraları

Elif ERDOĞAN¹

¹ Doç. Dr.; Selçuk Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Alman Dili ve Edebiyatı Bölümü.
eliferdogan@selcuk.edu.tr. ORCID NO: 0000-0002-7211-204X

ÖZET

Her toplumun kendine özgü bir kültürü ve buna bağlı bir mizah anlayışı vardır. Bu iki unsuru en iyi şekilde yansıtan fıkralar, konularını genellikle gerçek hayattan alıp okuyana ya da dinleyene belirli bir mesajı eğlenceli bir üslupla iletmeye yarayan ve mizahi yönü ağır basan edebi türlerdir. Dil, bir kültür ürünü olduğundan ait olduğu kültürün özelliklerini yansıtır, dolayısıyla diğer dil ürünlerinde olduğu gibi, bu edebi tür sayesinde de toplumların dile yansıyan kültürel değerlerini hatta düşünme ve yaşam şekilleri hakkında bilgi edinmek mümkündür. Bu nedenle bu çalışma, Türk ve Alman fıkralarını kültürlerarası iletişim kuramları çerçevesinde incelemeyi amaçlamaktadır. Çalışmada yalnızca iletişim olgusunu içeren Türk ve Alman fıkraları seçilmiş ve kültürlerarası iletişim kuramları bağlamında Kültür dilbilimsel açıdan incelenmiştir. Çalışmanın sonunda sözlü iletişim ile alakalı Türk fıkralarında, genellikle dolaylı iletişim olgusunun yer aldığı, aynı konudaki Alman fıkralarında ise genellikle doğrudan iletişim olgusunun konu edildiği tespit edilmiştir.

Anahtar kelimeler: Fıkra, Kültür, Türk Kültürü, Alman Kültürü, Kültürlerarası İletişim.

ABSTRACT

Every society has its own unique culture and a sense of humor attached to it. The jokes that best reflect these two elements are literary genres that usually take their subjects from real life and serve to convey a certain message to the reader or listener in an entertaining style and have a humorous aspect. Since language is a product of culture, it reflects the characteristics of the culture to which it belongs, so as in other language products, it is possible to learn about the cultural values of societies reflected in the language and even about their ways of thinking and living. For this reason, this study aims to examine Turkish and German jokes within the framework of intercultural communication theories. In the study, only Turkish and German jokes containing the phenomenon of communication were selected and examined from a culturallinguistic point of view in the context of intercultural communication theories. At the end of the study, it was determined that in the Turkish jokes related to oral communication, the phenomenon of indirect communication usually took place, while in the German jokes on the same subject, the phenomenon of direct communication was usually discussed.

Keywords: Joke, Culture, Turkish Culture, German Culture, Intercultural Communication.

GİRİŞ

İnsanlar geçmişten günümüze hem eğlenmek hem de eğlenirken öğrenmek amacıyla mizah eserlerinden biri olan fıkralara ihtiyaç duymuşlardır. Günlük olaylardan yola çıkıp genellikle insanlara ders veren, ders verirken de düşündürüp eğlendiren, zamanla anonimleşmiş güldürücü kısa hikayeler olan fıkralar, konuşmayı renklendiren ve insanları motive eden özelliği nedeniyle, iletişim esnasında sıklıkla kullanılan eğlendirici anlatımlardır (Başgöz, 1986: 138-144). Hem eğlendirme hem de derse verme araçları olan fıkraların geniş bir kullanım alanı bulunmaktadır.

Fıkralar da birer dil ürünü olduğundan, içerikleri, karakterleri, olay örgüleri, hatta fıkralarda geçen iletişim şekilleri bile kültürden kültüre değişkenlik göstermektedir. Kültürlerde görülen bu iletişim şekli farklılıklarını, Antropolog Edward T. Hall (1976) çeşitli gözlemler yaparak incelemiştir. Bu gözlemler sonucunda kültürleri düşük ve yüksek bağlamlı kültürler olarak ayırmıştır. Buna göre Alman kültürü düşük bağlamlı bir kültürdür ve bu kültürlerle mensup insanlar arasında iletişim, açık iletilerle doğrudan gerçekleşir. Türk kültürü ise yüksek bağlamlı bir kültürdür, bu kültürlerde insanlar, iletişim kurarken çatışmalardan kaçınmak amacıyla genellikle imalı yollarla, karmaşık ve kapalı iletiler kullanırlar.

Türk ve Alman kültüründe görülen bu iletişim farklılıkları en çok dilde kendini gösterdiğinden bu çalışmada, önemli dil ürünlerinden biri olan fıkralarda doğrudan ve dolaylı iletişim olgularının kullanımını tespit etmek amacıyla iletişim olgularını içeren Alman fıkraları, Anita Schmidt'in derlediği: *“Das Hausbuch des deutschen Witzes”* (Alman fıkralarının ev kitabı), yine aynı konuyu içeren Türk fıkraları ise Kemal Ermiş'in derlediği *“En güzel Türk fıkraları”* kitaplarından seçilerek kültürdibilimsel açıdan incelenecektir. Çalışmada öncelikle halk edebiyatı ürünleri olan Türk ve Alman fıkraları, daha sonra dil, kültür ve iletişim ilişkisi konuları ele alınıp, çalışmanın sonunda yukarıda bahsedilen konuları içeren Türk ve Alman fıkraları kültürlerarası iletişim kuramları bağlamında, kültürdibilimsel açıdan incelenip yorumlanacaktır.

YÖNTEM

Bu çalışmada belirlenen bir dizi ölçüt doğrultusunda seçilen örneklemelerin incelenmesini sağlayan ölçüt örnekleme yöntemi kullanılmıştır (Baş ve Akturan, 2013). Çalışmanın örneklemelerini, Anita Schmidt'in derlediği: *“Das Hausbuch des deutschen Witzes”* (Alman fıkralarının ev kitabı) ve Kemal Ermiş'in derlediği *“En güzel Türk fıkraları”* kitabında yer alan dolaylı ve doğrudan iletişim olgularını içeren Türk ve Alman fıkraları oluşturmaktadır. Çalışmanın sonunda

tespit edilen fıkralar, örnekleri ile birlikte kültürdilbilimsel açıdan incelenip yorumlanmıştır.

TÜRK VE ALMAN FIKRALARI

Türk Dil Kurumu'nun (2023): "*kısa ve özlü anlatımı olan, nükteli, güldürücü hikayecik*" olarak tanımladığı fıkranın, Almanca karşılığı "Witz"dir ve Alman dilinin en önemli sözlüklerinden biri olan "Wahrig Deutsches Wörterbuch" tarafından: "*yetenek, hazırcevaplık ve eğlence içerikli düşünceler*" olarak nitelendirilmektedir (Wahrig, 1997).

Fıkralar uzun bir zaman okuyucuları ve dinleyicileri güldüren basit bir metin olarak değerlendirilmiştir. Oysaki fıkralar Sakaoğlu'na göre (1992: 5, 13, 42) yalnızca bir metin olmaları dışında masal, hikâye, efsane gibi anlatmaya dayalı halk edebiyatı ürünlerindendir. Hem eğlence hem de ders verme araçları olan fıkraların, diğer halk edebiyatı ürünlerine kıyasla daha geniş bir kullanım alanı olmaları açısından önemi büyüktür.

Saim Sakaoğlu'na göre fıkralar kendi içerisinde üçe ayrılmaktadır:

- 1- Tarihte yaşamış insanların çevresinde gerçekleşen fıkralar,
- 2- Bir topluluğu temsil eden tipler çevresinde gerçekleşen fıkralar,
- 3- Eş kahramanlı fıkralar (Sakaoğlu, 1992: 43).

Tarihte yaşamış insanların çevresinde gerçekleşen fıkralar denilince akla gelen ilk isim Nasreddin Hoca'dır. Bir topluluğu temsil eden tipler çevresinde gerçekleşen fıkralara örnek olarak Kayserili, Laz, Bektaşî, cimri, doktor vb. örnekler verilebilir; eş kahramanlı fıkralar ise öğretmen-öğrenci, usta-çırak, hasta-doktor vb. fıkralardır.

Alman fıkralarını ise Fischer (1996), otoriteler, azınlıklar, insanlar, toplumlar, eşyalar, cinsellik ve farklı çevreler hakkındaki fıkralar olmak üzere sınıflandırmaktadır. Aşağıda *Das Hausbuch des deutschen Witzes (Alman fıkranın ev kitabı)* kitabında yer alan Alman fıkralarına birkaç örnek verilecektir:

Alman Fıkrası:

Lehrer: "*Paul, bilde einen Satz mit Pferd und Wagen!*"

Paul: "*Das Pferd zieht den Wagen.*"

Lehrer: "*Gut, und nun die Befehlsform!*"

Paul: "*Hü!*" (Sf. 359).

Türkçe Çevirisi:

Öğretmen: "Paul, at ve araba ile ilgili bir cümle kur!"

Paul: "At arabayı çekiyor."

Öğretmen: “Aferin, şimdi de emir kipi!”

Paul: “Deh!”

Yukarıdaki fıkra, eş kahramanlı fıkralara bir örnektir. Öğrenci ve öğretmen arasında geçen bir konuşmada öğrenci, öğretmenin emir kipi ile bir cümle kurmasını istemesi üzerine ata arabayı sürmesi için Almancada kullanılan “Hü!” (Deh!) ünlem ifadesini kullanarak, öğretmenin asıl istediği cevabı vermemesi üzerine bir fıkra oluşmuştur.

Zwei Freunde treffen sich auf der Straße. Sagt der eine: “*Mensch du – ich habe gehört, deine Schwiegermutter ist gestorben. Was hatte sie denn?*” “*Och, ein bisschen Schmuck, ein Fernseher und etwas Gespartes...*” “*Ach Schmarrn – so habe ich das doch nicht gemeint. Ich wollte wissen, was ihr gefehlt hat.*” “*Naja, eine anständige Altersversorge, Sparbücher, Eigentum...*” “*Mann – das mein ich doch auch nicht. Ich wollte wissen, warum sie gestorben ist!*” “*Ach sooo. Tja – das lief ganz dumm. Ich sagte zu ihr, sie soll mal in den Keller gehen und Kartoffeln raufholen. Dabei ist sie auf der Treppe ausgerutscht und hat sich das Genick gebrochen*” “*Ja, Wahnsinn, ehrlich... und, was habt ihr dann gemacht?*” “*... Nudeln.*” (Sf.23)

İki arkadaş sokakta karşılaşır. Biri diğerine: “*Ay, kayınvalidenin öldüğünü duydum. Nesi vardı?*” “*Biraz takı, bir televizyon ve biraz da birikim...*” “*Saçmalama- bunu kastetmedim. Nesi eksikti, onu bilmek istedim.*” “*Doğru dürüst bir yaşlılık sigortası, hesap cüzdanları, mal varlığı...*” “*Aman – bunu da kastetmedim. Neden öldüğünü merak ettim.*” “*Haa. Yani- olay şöyle gelişti, aşağıya inip patates getirmesini söyledim. İnerken merdivenlerden kaydı ve boynunu kırdı.*” “*Ay gerçekten mi... ya sonra, sonra ne yaptınız?*” “*... Makarna.*”

İki arkadaş arasında geçen konuşmanın konu edildiği bu Alman fıkrasını gülünç yapan, bir önceki örnekte olduğu gibi yine iletişim esnasında alınmak istenen cevabın aksine farklı cevaplar verilmesidir.

Aşağıda ise Kemal Ermiş’in derlediği “*En güzel Türk fıkraları*” kitabında yer alan Türk fıkralarına birkaç örnek verilecektir:

Sert yüzlü bir öğretmen sınavda öğrenciye sormuş: “*Dikilitaş’ın üzerindeki yazıları kim yazdı?*” Öğrenci yanıt vermiş: “*Vallahi ben yazmadım efendim!*” (Sf. 34).

Bu Türk fıkrası da yukarıda örnekleri verilen Alman fıkralarında olduğu gibi asıl istenilen cevap verilmediği için komiktir. Fakat aradaki fark, Türk toplumlarında iletişim esnasında tercih edilen dolaylı iletişim şekli nedeniyle öğrencinin, öğretmen sorduğu sorunun arkasında farklı bir anlam taşıdığını, dolayısıyla öğretmenin bir şeyler ima ettiğini düşünerek kendini koruma amaçlı “*vallahi ben yazmadım efendim*” şeklinde cevap vermesidir. Türk fıkralarının genelinde, iletişim esnasında gönderilen iletilerin büyük çoğunluğu Türk toplumunda alışlagelmiş dolaylı iletişim olgusu ile algılanmakta, sorulan soru doğrudan iletişim şekli ile sorulmuş olsa bile verilen cevap, iletilen mesajın dolaylı iletişim şekli olgusu ile oluşturulduğu düşünülmektedir. Yukarıdaki Türk fıkrasında da bu durum açıkça görülmektedir.

Ait oldukları toplumun kültürel özelliklerini yansıtan fıkralar, kültürü aktarma konusunda da önemli bir aracı görevindedir, dil, iletişim ve kültürün bu özelliği, çalışmanın bir sonraki bölümünde ele alınacaktır.

İLETİŞİM, DİL ve KÜLTÜR

İnsanlar, toplumsal etkileşim sürecinde kendi kültürel normları ve kurallarına uygun bir biçimde davranırlar. Bu nedenle kültür ve iletişim, birbirinden ayrılması mümkün olmayan iki kavramdır (Kartarı, 2014: 154-155).

Dil, farklı kültürlerin dünya görüşleri, beklentileri ve gereksinimlerine göre yapısını belirleyerek bireyin kültür tarafından şekillendirilmiş yaşantısıdır. Dil ile dünya görüşü arasındaki ilişkiyi açıklayan bu tez, Alman bilim adamları Herder ve Wilhelm von Humboldt tarafından ileri sürülmüştür, ancak Whorf’un da bu alanda önemli katkıları bulunmaktadır. Bu bağlamda Sapir-Whorf hipotezine göre, kültür ile dil ilişkisi, dilleri konuşan kültürlerdeki dünya görüşü arasındaki farklılıklara dayanmaktadır. Bu alanda önemli bir diğer katkı ise Bernstein’in sözel davranış kalıpları ile ilgili kuramsal yaklaşımıdır. İnsanların konuşma şekillerinin, yaşadıkları toplumsal bağlam tarafından belirlendiğini ileri süren Bernstein’e göre, iletişim esnasında “genişletilmiş” ve “sınırlandırılmış” iki kod kullanılmaktadır. Sınırlandırılmış kod, sözlü ve sözsüz kanallardan mesaj iletilmesiyle ilgilidir ve toplumsal bağlamın gizli ve içsel imlerine dayanır, dolayısıyla sözcük dağarcığı ve mesajların yapısı dar çerçevede tutulur (Kartarı, 2024: 159-161).

Antropolog Edward T. Hall’ın (1976) da bu alanda önemli çalışmaları bulunmaktadır. Hall, kültürleri yüksek ve düşük bağlamlı olarak ikiye ayırmaktadır. Düşük bağlamlı kültürlerde iletişim, açık iletiler kullanılarak doğrudan gerçekleşir. Yüksek bağlamlı kültürlerde ise bireyler, iletişim esnasında genellikle imalı yollarla, karmaşık ve kapalı iletiler kullanırlar.

Dolayısıyla sözlü iletişim şekilleri, insanların iletişim esnasında duygu ve düşüncelerini ne şekilde ifade ettiklerini, dili nasıl kullandıklarını ve kelimeleri sözlük anlamında kullanıp kullanmadıklarını belirlemeye çalışır. Bu evrensel iletişim şekillerinin tamamı bütün kültürlerde görülmektedir fakat her kültür, belirli iletişim olgularını tercih eder ve iletişimde onlardan yararlanır (Kartarı, 2014: 165). Çalışmanın bir sonraki bölümünde Türk ve Alman fıkralarında yukarıda sözü edilen doğrudan ve dolaylı iletişim olgularının kullanımı, örnekler verilerek kültürdilbilimsel açıdan yorumlanıp incelenecektir.

BULGULAR VE YORUMLAR

Çalışmanın bu bölümünde Kemal Ermiş'in derlediği "*En güzel Türk fıkraları*" ve Anita Schmidt'in derlediği: "*Das Hausbuch des deutschen Witzes*" kitaplarında yer alan iletişim olgusu ile ilgili Türk ve Alman fıkralarında kullanılan doğrudan ve dolaylı iletişim olgularının kullanımı, örnekler verilerek kültürdilbilimsel açıdan yorumlanıp incelenecektir.

Türk Fıkralarında İletişim Şekillerinin Kullanımı

Tarih hocamız Hamurabi Kazım, Şakir'i sözlüye kaldırmıştı, fakat soruların hiçbirini bilemeyince bağırarak: "*Büyük İskender senin yaşındayken dünyanın yarısını fethetmişti.*" dedi. Laf altında kalmamakla ün salmış olan Şakir: "*Onun hocası Aristo'ydu hocam.*" (Sf. 7).

Bu Türk fıkrasında öğretmen, öğrencinin sorularına cevap verememesi üzerine sinirlenerek doğrudan iletişim yoluyla hatasını bildirmek yerine, Türk toplumunda sıklıkla kullanılan dolaylı iletişim şeklini tercih ederek öğrenciye kızgınlığını: "*Büyük İskender senin yaşındayken dünyanın yarısını fethetmişti*" sözleriyle ifade etmektedir. Öğrenci de bunun üzerine, öğretmenin ima yoluyla verdiği mesajı anlayarak cevap olarak yine imalı yolla: "*Onun hocası Aristo'ydu hocam*" şeklinde bir cevap vermiştir. Eş kahramanlı bu fıkranın her iki kahramanı da dolaylı iletişim şeklini kullanmıştır. İletişim olgusu ile ilgili bir diğer Türk fıkrasında yine aynı durum dikkat çekmektedir:

Hayvanat bahçesindeki maymun ölmüştü. Müdür yardımcısı, denetleme gezisinde bulunan müdüre şu telgrafi çekti: "*Maymun öldü. Yerine koyabilmek için sizi bekliyoruz, selamlar.*" (Sf. 17).

Bu fıkrada müdür yardımcısı, gönderdiği telgrafta müdüre hayvanat bahçesinde gerçekleşen olayı görevi icabı haber ederken aynı zamanda dolaylı olarak hakaret etmektedir, dolayısıyla yukarıdaki fıkrada da dolaylı iletişim olgusuna rastlanmaktadır.

Bir adam, çarşıda üzerine saldıran köpeği öldürür. Olaya şahit olan ve hamiyet damarları kabaran kimseler adamcağızı yaka paça Kadı'nın huzuruna çıkarırlar. Mahkemenin içi dışı bir sürü şikayetçiyle dolar. Bu duruma canı sıkılan kadı gelenlere kızgın bir tavırla bağırır: “*Yahu, nedir bu kalabalık, şamata? Maktulün varisleri kimlerse onlar kalsın, diğerleri çekip gitsin...*” (Sf. 21-22)

Yukarıdaki Türk fıkrasında da dolaylı iletişim olgusu dikkat çekmektedir. Kadı, mahkemede kalabalık yapan insanları doğrudan iletişim şeklini kullanarak kovmak yerine, dolaylı iletişim şeklini kullanarak hem hakaret etmekte hem de kimsenin orada kalmamasını sağlamaktadır.

Zengin hükümdarlardan biri kendisine muhteşem bir saray yaptırmıştı. Öyle ki, sarayın bütün duvarları som altındanmış. Hükümdar sarayına gelen misafirlerine hep sorarmış: “*Sarayımı nasıl buldunuz?*” Aldığı cevap hemen hemen hep aynı olurmuş: “*Dünyada bir eşi daha yoktur efendimiz.*” Sadece bir Bektaşî şöyle emiş: “*Her şey iyi, güzel ama, şu delik olmasa?*” “*Hangi delik?*” “*Azrail'in gireceği delik; açık kalmış orası!*” demiş. (Sf. 32).

Bir topluluğu temsil eden tipler çevresinde gerçekleşen fıkralara örnek olan bu Türk fıkrasında Bektaşî, doğrudan iletişim olgusunu kullanarak “*sahip olduklarımızın hepsi geçici, ölüm var*” demek yerine: “*Azrail'in gireceği delik açık kalmış*” ifadesiyle dolaylı iletişim olgusunu kullanarak hükümdara, sahip olduklarının geçici olduğunu dolaylı olarak belirtmekte ve ona ölümü yine dolaylı yoldan hatırlatmaktadır.

Sert yüzlü bir öğretmen sınavda öğrenciye sormuş: “*Dikilitaş'ın üzerindeki yazıları kim yazdı?*” Öğrenci yanıt vermiş: “*Vallahi ben yazmadım efendim!*” (Sf. 34).

Bu Türk fıkrasında da dikkat çeken olgu, Türk toplumlarında iletişim esnasında tercih edilen dolaylı iletişim şekli nedeniyle öğrencinin, öğretmenin sorduğu sorunun arkasında farklı bir anlam taşıdığını ve öğretmenin bir şeyler ima ederek kendisini suçladığını düşünerek kendini koruma amaçlı “*vallahi ben yazmadım efendim*” şeklinde cevap vermesidir. Türk fıkralarının genelinde iletişim esnasında gönderilen iletilerin büyük çoğunluğu Türk toplumunda alışlagelmiş dolaylı iletişim olgusu ile algılanmakta, sorulan soru doğrudan iletişim şekli kullanılarak sorulmuş olsa bile verilen cevap olarak verilen mesaj

dolaylı iletişim şeklini içermektedir. Yukarıdaki Türk fıkrasında da bu durum açıkça görülmektedir.

Çalışmanın bir sonraki bölümünde iletişim olgusu ile alakalı Alman fıkraları, birkaç örnek verilerek kültürdilbilimsel açıdan incelenecektir.

Alman Fıkralarında İletişim Şekillerinin Kullanımı

Alman Fıkrası:

“Ich kann einfach nicht glauben, dass meine Tochter im Rechnen wirklich eine Sechs verdient hat”, beschwert sich die Mutter beim Lehrer. “Ich auch nicht”, antwortet dieser, “aber es ist nun mal die schlechteste Note, die ich vergeben kann.” (Sf. 361).

Türkçe Çevirisi:

Annesi öğretmenine: *“Kızımın Matematik sınavından altı almasına gerçekten inanamıyorum.”* diyerek şikâyetle bulunur. *“Ben de”* diye cevap verir öğretmen, *“fakat verebileceğim en düşük not buydu.”*

Bu fıkrada bir öğrenci velisi, kızının Almanya’da en düşük not olan “6” almasına üzülererek: *“kızımın gerçekten 6 almasına inanamıyorum”* diyerek bu durumu öğretmene şikâyet etmektedir. Öğretmen ise: *“Buna ben de inanamıyorum ama verebileceğim en düşük not bu”* şeklinde cevap vererek veli tarafından kendisine iletilmek istenen mesajı direkt olarak algılamıştır ve yine Alman toplumunda yaygın olan doğrudan iletişim şeklini kullanarak cevap vermiştir.

Alman Fıkrası:

“Haben Sie denn gestern Abend gar nicht gehört, dass wir dauernd an Ihre Wand geklopft haben?” “Ich bitte Sie, das macht doch nichts. Wir haben eh gefeiert!” (Witzexpress, Sf. 240)

Türkçe Çevirisi:

“Dün akşam sürekli duvarınıza vurduk, duymadınız mı?” “Rica ederim, hiç sorun değil. Biz de zaten kutlama yapıyorduk!”

Yukarıdaki Alman fıkrasında iletişim, iki komşu arasında geçmektedir. Fıkrada bir komşu, komşularının gürültü yapmasından duyduğu rahatsızlığı ve onları gürültü yapmaları nedeniyle uyarmalarına rağmen hala gürültü yapmaya devam ettiklerini belirtmektedir. Buna karşılık komşuları: *“zaten kutlama*

yapıyorduk hiç sorun değil, rahatsız olmadık” şeklinde cevap vermekle, verilmek istenen mesajı doğrudan algılamıştır. Dolayısıyla bu fıkrada da Alman toplumunda tercih edilen doğrudan iletişim şekli açıkça görülmektedir.

Alman Fıkrası:

Die Lehrerin stellt Susi eine Frage und bekommt zur Antwort:
“*Sie sind aber vergesslich. Gestern haben Sie mich doch schon dasselbe gefragt, und ich habe Ihnen gesagt, dass ich es nicht weiß!*”
(Sf. 361)

Türkçe Çevirisi:

Öğretmen Susi’ye bir soru soruyor ve cevap olarak: “*Siz de çok unutkanınız. Dün de bana aynısını sormuştunuz ve size bilmediğimi söylemiştim!*”

Bu Alman fıkrasında görülen doğrudan iletişim şekli, öğretmen ve öğrencisi arasında geçmektedir. Öğretmen, öğrencisine bir önceki gün bir soru sormuş, öğrenci cevabını bilememiştir, dolayısıyla cevabını öğrenmesini istemiştir. Ancak öğrenci Alman kültüründe yaygın olan doğrudan iletişim şekli nedeniyle sorunun cevabını öğrenmemiş ve öğretmenine duygu ve düşüncesini yine doğrudan iletişim şeklini kullanarak belirtmiştir.

Alman Fıkrası:

Lehrerin: “*Wenn ich sage: “ich bin krank”, was ist das für eine Zeit?*”

Max: “*Eine sehr schöne Zeit!*” (Sf. 363)

Türkçe Çevirisi:

Öğretmen: “*Hastayım” dediğimde bu nasıl bir zamandır?*”

Max: “*Çok güzel bir zaman!*”

Öğretmen ve öğrenci arasında geçen bir iletişimin konu edildiği bu Alman fıkrasında da yukarıdaki diğer örneklerde olduğu gibi iletilmek istenen mesaj, doğrudan iletişim şekli ile algılanmakta ve yine doğrudan iletişim şekli kullanılarak cevap verilmektedir.

SONUÇ

Fıkralar her toplumun, güldürmek ve aynı zamanda düşündürmek amacıyla nesiller boyu birbirine aktardığı halk edebiyatı eserlerindendir ve her toplumun

kültürüne göre şekillenmektedir. Fıkranın kahramanları, olay örgüsü gibi unsurlar farklı kültürlerin fıkralarında benzerlik gösterse bile, olaylara karşı gösterdikleri tepkiler ve kullanılan iletişim şekilleri farklılık göstermektedir. Kültürlerarası iletişim kuramları, bu kültürel farklılıkları inceleyerek iletişim esnasında bireylerin duygu ve düşüncelerini iletmek amacıyla kullandıkları iletişim şekillerini doğrudan ve dolaylı olmak üzere ikiye ayırmışlardır.

Buna göre Alman toplumu düşük bağlamlı bir kültüre mensuptur. Bu tür toplumlarda duygu ve düşünceler, doğrudan ve net bir şekilde iletilir. Türk toplumu gibi yüksek bağlamlı bir kültürlere sahip olan bireylerde ise iletişim esnasında iletiler, genellikle dolaylı bir yolla, imalı ve üstü kapalı aktarılır, dolayısıyla dolaylı bir iletişim şekli tercih edilir.

Bu çalışmada, farklı kültürlerde iletişim esnasında görülen bu iletişim şekillerindeki farklılığı tespit etmek amacıyla iletişim olgusunu içeren Türk ve Alman fıkraları, kültürlerarası iletişim kuramları çerçevesinde Kültür dilbilimsel açıdan incelenmiştir. Yapılan inceleme sonucunda, iletişim olgusunu içeren Türk fıkralarında verilmek istenen mesajların genellikle dolaylı iletişim şeklinin kullanılmasıyla iletildiği tespit edilmiştir. İletişim olgusunu içeren Alman fıkralarının konusunu ise genellikle doğrudan iletişim şekli oluşturmaktadır. Verilmek istenen mesajlar, genellikle Türk toplumunda görülen dolaylı iletişim şeklinin aksine doğrudan algılanmakta ve bunlara yine doğrudan iletişim şekli kullanılarak cevap verilmektedir. Çalışmanın sonunda elde edilen veriler, her iki dillik fıkralarında kültürün dil üzerindeki etkisini açıkça göstermektedir.

KAYNAKÇA

1. Akturan, U. ve Baş, T. (2013). *Nitel araştırma yöntemleri: Nvivo ile nitel veri analizi, örnekleme, analiz, yorum*. Ankara: Seçkin.
2. Başgöz, İ. (1986). *Folklor Yazıları*. İstanbul: Adam Yayınları.
3. Das große Buch der Witze (1977). Niedernhausen/Taunus: Falken Verlag.
4. Erdoğan, E. (2022). *Türkçe ve Almanca Deyimlerde Doğrudan ve Dolaylı İletişim Biçimleri: Kültürdilbilimsel Bir Çözümleme*. Dil Araştırmaları, 31: 77-91.
5. Erdoğan, E. (2023). *Türk ve Alman reklam dilinde kültür yansımaları: Kültürdilbilimsel bir inceleme*. RumeliDE Dil ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi, 32: 1101-1112.
6. Ermiş, K. (2000). *En güzel Türk fıkraları*. İstanbul: Gün Yayıncılık.
7. Ermiş, K. (2000). *En güzel öğretmen ve öğrenci fıkraları*. İstanbul: Gün Yayıncılık.
8. Fischer, K. (1996). *Über den Witz. Ein philosophischer Essay*. Tübingen: Klöpfer & Meyer Verlag.
9. Hall, E.T. (1976). *Beyond Culture*. New York, Doubleday.
10. Kartarı, A. (2014). *Kültür, Farklılık ve İletişim. Kültürlerarası İletişimin Kavramsal Dayanakları*. İstanbul: İletişim.
11. Mann, H. L. (2009). *Witzexpress*. Köln: SchneiderBuch.
12. Sakaoğlu, S. (1992). *Türk Fıkraları ve Nasreddin Hoca*. Konya: Selçuk Üniversitesi Basımevi.
13. Schmidt, A. (2015). *Das Hausbuch des deutschen Witzes*. München: Bassermann Verlag.
14. Şahhüseyinoğlu, H. N. (2015). *Anadolu Halk Kültüründe Fıkra, Nükte ve Mizah*. Ankara: Ürün Yayınları.
15. TDK (2023). *Türk Dil Kurumu Sözlükleri*: <https://sozluk.gov.tr/>. Erişim Tarihi: 09.08.2023.
16. Wahrig, G. (1997). *Wahrig Deutsches Wörterbuch*. Gütersloh: Bertelsmann Lexikon Verlag.

14. Bölüm

Orman Yangınlarına Karşı Alınacak Tedbirleri Gösteren 1917 Tarihli Osmanlıca Bir Talimatname

Erdal KAYA¹

¹ * Dr.Öğr.Üyesi.;Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Arap Dili ve Belagati.
erdal.kaya@erdogan.edu.tr. ORCID No: 0000-0001-6735-7295.

ÖZET

GİRİŞ

Osmanlı İmparatorluğu tarafından orman yangınlarına karşı alınacak tedbirlerle ilgili birtakım talimatlar yayınlanmıştır. Bu makalede söz konusu tedbirlerle ilgili 1333 (Rumi) tarihli bir talimatname Latin harfleriyle yeniden yazılarak gerekli açıklamalar yapılmıştır. Bu talimatnamede; orman yangınlarıyla ilgili bazı terimler, orman yangınlarının türleri, sebepleri ve zararları, alınması gereken önleyici tedbirler, söndürme işlemleri ve yöntemleri ile yangın sonrasında yapılacak işler bildirilmiştir.

ORMAN HARİKLERNE KARŞI İTTİHÂZÎ LÂZİM GELEN TEDÂBÎRE DÂİR¹

Umumî Mutalââ

Ormanlarda harîk zuhûru² doğrudan doğruya veya bilvasıta insanın hatasından mütevellittir. İstatistiklere nazaran esbab-ı saire³ pek nadirdir. Harîkler hiçbir vakit kendiliğinden vukua gelmez.

Tehlikeli yerlerde ateş yakarak dikkatsizlik ve ihmal saikasıyla ateşi iyice söndürmeden, ateş tehlikesi mevcut bir civarda ateş yakılacak mahalleri fena intihâb⁴ etmek ve henüz sönmemiş yanar kibrit veya sigara uçları atmak suretiyle insan, ormanlarda harîk zuhuruna sebebiyet verir. Lokomotiflerden çıkan kıvılcımlardan, velhasıl kasden ateş bırakılmasından dahi harîk zuhur eder. Bu son nev'i harîkler ekseriya ormanlar dâhilinde veya civarında meskûn ahali tarafından kısmen fena fikirle olmaksızın çocuklar tarafından, kısmen hıyanet maksadıyla harîkden sonra taze otlu ve leziz fundalı meralar edinmek hırs-ı menfaatıyla îka olunur⁵.

Şimdiye kadar olan tecrübeye nazaran memalik-i osmaniye ormanlarında zuhur eden harîklerin kısm-ı âzamı, mezkûr son sebebdan neşet etse gerektir ve çok defa bu harîklar tasavvurun fevkinde olarak kesb-i vehâmet etmektedir⁶.

Suret-i zuhuruna⁷ göre orman harîkleri berveçhi âtî⁸ tasnif olunur:

1. Eğer sırf toprak üzerindeki çalı çırpı yanacak olursa “**sath-ı arzda vukua gelen harîk**” denilir. Bu nev'i harîk alel husûs henüz ağaçlarla tamamiyle setr eylememiş genç ormanlarda ve bir de aralıklar husule gelmiş daha eski ormanlarda vukû bulur.

¹ Orman Yangınlarına Karşı Alınması Gereken Tedbirlere Dair.

² Yangın meydana gelmesi.

³ Diğer sebebler.

⁴ Yanlış seçim.

⁵ Gerçekleştirilir.

⁶ Kötü sonuçlar doğurmak.

⁷ Çıkış şekli.

⁸ Aşağıdaki gibi.

2. Eğer sath-ı arzdeki harîk ağacın dallarına ve zirvesine kadar vâsıl olursa “**zirve harîki**” denilir. Bu nev’i harîk bilhassa çam ağaçlarında zuhur edip netice itibariyle pek muhribtir⁹.
3. Perakende olarak (ekseriya içi boş kütükler) hemen daima insanlar tarafından ve pek nadir olarak sâika¹⁰ tarafından (ekseriya yüksek ve bilhassa çam ağaçları) ihrâk olunan kütükler yanacak olursa “**kütük harîki**” denilir. Gerçi kütük hârikleri hadd-i zatında tehlikeli olmasa da suhuletle mârra’l-arz¹¹ diğer iki nevî harîki intâc eder¹².

Orman harîkleri ekseriya ilkbahar mevsiminin kurak ayları mart, nisan, mayıs, huzeyrân zarfında zuhûr edip sonbahardan evvelki zamanda ve sıcak yaz mevsiminde daha az vuku’ bulur. Bilhassa harîk tehlikesi mevcut olan yerler bervechi âtidir:

Sath-i arzı kuru çalılarla mestûr ufak ormanlarla, toprağı zayıf fundalı mahaller ve zayıf arazi üzerinde bulunan yabani çam ağacı ormanları.

Ormanlarda zûhûr eden harîklerin netâyici şunlardır: ormanlar ya doğrudan doğruya iştiâl¹³ neticesi olarak harab olur veyahut husûle gelen hasarat dolayısıyla daha sonra mahvolur. Yalnız pek eski ormanlar ağaç kışkırlarının¹⁴ pek sert olmasına mebni bazen mühim hasara uğramaksızın sath-i arzdeki harîka tahammul¹⁵ eder.

Orman sahnı¹⁶ için orman hariklerinin diğer bir takım mahaziri¹⁷ vardır ki şunlardır:

Evvelen, toprakta külliyetli miktarda nebatat-i muzirra¹⁸ husule gelir ve bunun neticesi olarak toprak yabanileşir.

Saniyen, humusda husule gelen zayiât sebebiyle toprak zayıflaşır.

Salisen, Arazi çıplaklaşır.

Rabian külliyetli sürette ormanlara mazarrat¹⁹ îka edici haşerat meydana çıkar. Baladaki²⁰ umumi mutalaaya nazaran ormanlarda zuhur eden hariklere karşı ittihazı lazım gelen tedâbir hemen hemen kendiliğinden tebeyyün eder. Tedabiri mezkure ise bervechi atidir.

⁹ Çok Zaralıdır.

¹⁰ Yıldırım.

¹¹ Yerden yürüyerek, ilerleyerek.

¹² Oluşturur, meydana getirir.

¹³ Tutuşma, yanma.

¹⁴ Kabukları.

¹⁵ Sebep olur.

¹⁶ Alan.

¹⁷ Tehlikeleri.

¹⁸ Zararlı bitkiler.

¹⁹ Zararlar.

²⁰ Yukarıdaki.

Evvelen, orman harîklarına doğrudan doğruya veya bil vasıta meydan veren esbabın ref ve izalesi zımnında harîk zuhurunu menedici tedabir ki bunlar da:

1. Orman dahilinde orman işleriyle meşgûl me'murîn ve ameleden gayri hiçbir kimse tarafından ateş yakılmaması.
2. Tabh²¹ veya teshîn²² maksadıyla ateş yakmak iktiza ederse ancak buna me'zun olan adamlar tarafından ateş yakılacak mahallerin etrafında yarım metre dairesinde mevcut çalı çırpılar sath-i zemine kadar iyice tathir²³ edildikten sonra ateş yakılmalıdır. Ateş yakılacak mahallerin üzerinde iki metre irtifaina kadar katiyen ağaç ve bilhassa çam ağacı dalları bulunmamalıdır. Ateş daima mutedil surette beslenmeli ve mütamadiyen taht-ı muhafazada²⁴ bulundurulmalıdır. Ve imkân bulunduğu takdirde ateş yakmak için açıklıklardan ve orman yollarından istifade edilmelidir.
3. Ateşin işi bittikten sonra tekrar alevlenmek veya yanmak ihtimali kalmamak suretiyle ateş iyice söndürülerek üzeri toprakla örtülmelidir.
4. Alel husus kurak zamanlarda ve ormanda harîk tehlikesi mevcut mahallerde rüzgâr olduğu vakit asla ateş yakılmamalıdır.
5. Ormanda sigara içilmesine müsaade olunabilirse de kibrit ve sigara uçları iyice söndürülmeli veyahut sert bir madde üzerinde bastırılarak nebatat ve yaprakdan âri bir toprağa gömülmelidir.
6. Kurak havalar devam ettikçe tarassud²⁵ mümkün olan noktalarda nöbetçiler ikame olunup bunlar boru işaretleriyle uzun ve derin çalarak veyahut takriben beş saniye zarfında birbiri arkasından beş defa silah sıkarak zuhur eden yangını ihbar ederler. Bilhassa tehlikeli zamanlarda gündüzün olduğu gibi icabında geceleri dahi birçok zâbitin taht-ı idaresinde olarak dört nefer kuvvetinde ve bir kazma, iki küret ve bir silahla mücehhez oldukları halde pek tehlikeli olan mahallerde devriyeler çıkarılmalıdır. Bunlar şüpheli eşhâsı irâe ve derdest²⁶ ve ateş gördükleri zaman hemen itfasına tevessül ve ihbarla mükellef olmalıdırlar.
7. Mart ayından teşrin-i evvele²⁷ kadar olan zaman zarfında her bölükte bölük kumandanı tarafından her hafta münavebe vazifelerine hâlel gelmemek şartıyla itfaiye müfrezesi olarak bir zâbit ve dört küçük zâbit ve kırk efrad tayin olunmalıdır. Bu müfrezelerin vazifesi eğer yangın yeri çalşılan mahalden on beş kilometre kadar bu'd²⁸ mesafesinde bulunacak

²¹ Pişirme.

²² Isıtma.

²³ Temizleme.

²⁴ Koruma altında.

²⁵ Gözetleme.

²⁶ İhbar ve tutuklama.

²⁷ Ekim.

²⁸ Uzak.

olursa ateş işareti verilir verilmez hemen yirmi kazma ve yirmi kürekle beraber sur'at-ı azîme ile harîk mahalline şıtab²⁹ olacaktır. Şayet harik mahallinde müteaddid müfrezeler bulunursa ameliyat-i itfaiyenin kumanda ve mes'uliyeti en kıdemli olan zâbit deruhde³⁰ eder. Harîk kesb-i vehamet ettiği³¹ takdirde harikte icra-i faaliyet eden on kıdemli müfreze kumandanının iş'ari³² üzerine sair bütün bölükler efradı bilumum zabitanın taht-ı idaresinde olarak belki daha mevcut olan âlat ve edavatla birlikte derhal harîk mehalline koşmalıdırlar. En kıdemli olan zâbit umumi kumandayı deruhde edip icab halde mevaki-i mütecavireden³³ telgrafiyyen imdat talep eder.

Yangın söndürüldükten sonra mahall-i vak'aya³⁴ gitmiş olan efrattan üçte bir kısmı bir zâbitin veyahut kıdemli ve sahib-i vicdan olan bir küçük zâbitin taht-ı emrinde nöbetçi olarak iki gün harîk mahallinde kalmalıdır.

8. Ormanda çalışan kıtaat kumandanları ahval-i mücbirede³⁵ zuhûr eden harîkin itfasına muâvenet³⁶ eylemek üzere civar köylerde bulunan ve çalışmaya müktedîr zükûr³⁷ ahaliyi celp ve davete me'zundur. Ve fakat ameliyat-ı itfaiyenin devam ettiği müddetçe ehali-i mezkûrenin³⁸ iaşesi te'min olunmalıdır.

9. Vukuu bulan her harîk ve buna müteferri' ameliyat³⁹ hakkında levazimat-i umumiye dairesine sureti mükkemmelede ihbar keyfiyet olunmalıdır. Gönderilen raporda harîk zuhur ettiği yerin ismi, vaziyeti ve büyüklüğü zikr olunacağı gibi harîkin esbab-ı zuhuru, zaman-ı vukuu ve vuku bulan hasaratın takribi mikdarı, ameliyatı itfaiyede isti'mal olunan vesaitle hâsıl olan neticeye dair malumat münderic olmalıdır.

Saniyen, orman hariklerinin söndürülmesi için tedabir:

Her nevi orman hariki bidayet zuhurunda kolayca söndürülebilirse de kesb-i vehamet ettiği zaman ameliyat-i itfaiyedeki müşkilat gittikçe tezayüt⁴⁰ ettiği gibi ahvali meşûmede⁴¹ imkân haricine çıkar. Bu sebepten dolayı itfa ameliyesinde müstahdem efradın sür'atle hareket etmelerini te'min zımında

²⁹ Süratle intikal.

³⁰ Üstlenir.

³¹ Tehlikeli boyutlara ulaştığı.

³² Komuta ve yönlendirmesi.

³³ Komşu bölgelerden.

³⁴ Olay yerine.

³⁵ Zorunlu hallerde.

³⁶ Yardım.

³⁷ Erkekler.

³⁸ Söz konusu ahalinin.

³⁹ Bununla ilgili faaliyetler.

⁴⁰ Artmak.

⁴¹ Kötü şartlarda.

mukteza-i tertibat ve teşkilatın serian ve ciddi surette icrasına tevessül etmek pek mühim olup bu hususta sık sık talim edilmelidir.

Ameliyat-i itfaiyenin muvaffakiyetle neticelenmesi, mahza⁴² bunların sükûnetle ve azim ve sebat dairesinde idare olunmasına mütevakkıftır. İtfâ ameliyesinde bilhassa takib olunması lazım gelen usul bervechi âfîdir.

1. Sath-i arzdeki harik yaprakları, dallar veyahut çubuklar kürekler vasıtasıyla her iki taraftan vurarak büsbütün sönünceye kadar bastırılmalıdır.

Ateş kesb-i vehamet ettiği ve kâfi miktarda amele mevcut olduğu takdirde ateşden münasib bir bu'd⁴³ mesafede rüzgârın istikametine doğru tehlikenin cesametine⁴⁴ göre geniş bir çizgi üzerindeki bilumum kabil-i ihrak⁴⁵ çalı çırpılar tathir⁴⁶ edilmelidir.

Mezkûr çizginin kenarına vasıl olunca ateş kendiliğinden sönerse de rüzgâr olduğu zaman icabında ateşin öte tarafa sirayetini hemen men' için çizginin ateşe karşı olan tarafı emniyet efradı tarafından sıkı sûrette işgal olunmalıdır.

2. Zirve harikine karşı yegâne müessir tedbir, ormanda harik zuhur eden kısımla diğer aksam arasının kat'ıdır⁴⁷ ki bunun için de ateşin süratine ve ameliyatın müddet-i devamına göre ateşten mükemmel sûrette hesap edilmiş bir mesafede mümkün mertebe yollardan, seyrek mahallerden veyahut geride bulunan ormanın fena aksamından istifade olunmalıdır. Esas harika karşı diğer bir harik tertibi büyük bir talim ve mevaki⁴⁸ mükemmel surette vukufu beraber büyük bir amele mikdarının fevkalade mahirane sûrette idaresini istilzam ettiğinden⁴⁹ ve bunda son derece ölüm tehlikesi dahi mevcut olduğundan nâşi⁵⁰, amele için şayan-i tavsiye değildir.

Hariciye Nezareti, Levâzımat-i Umumiye Dairesi İkinci Şubesi, Zıraat Kısmı
23 Ağustos 333 (1333)⁵¹

⁴² Yalnızca.

⁴³ Uygun bir uzaklık

⁴⁴ Büyüklüğüne.

⁴⁵ Yanması mümkün olan.

⁴⁶ Temizlemek.

⁴⁷ Kesilmesi, ayrılması.

⁴⁸ Mevkilere, bölgeye.

⁴⁹ Gerektirdiğinden

⁵⁰ Dolayı, ötürü.

⁵¹ 23 Ağustos 1917.

اورمان حریقلرینه قارشى اتخاڭى لازمکلن تداییره دائر .

عمومى مطالعه

اورمانلرده حریق ظهورى طوغرىدن طوغرىیه ویا بالواسطه انسانک خطاسندن متولددر . ایستانستیقلره نظرآ اسباب سائره پک نادردر . حریقلر هیچ بر وقت کنديلکندن وقوعه گلر .

تهلکلى یرلرده آتش یاقه رق دقتسزک واهال سائقه سیله آتشی ایجه سوندرمه دن براقق، آتش تهلکسى موجود بر جوارده آتش یاقيله جق محللری قنا انتخاب ایتمک وهنوز سونامش یانار کبریت ویا سیغاره اوجلری آتق صورتیله انسان اورمانلرده حریق ظهورینه سبیت ویرر . لوقوموتیفلردن چیقان قیغاجملردن ، والحاصل قصدآ آتش بر اقله سندن دخی حریق ظهور ایدر . بو صوک نوع حریقلر اکثریا اورمانلر داخلنده ویا جوارنده مسکون اهالی طرفندن ، قسماً قنا فکرله اولمقسزین چوجقلر طرفندن ، قسماً خیانت مقصدیله وقسمآده حریقدن حکره تازه اوتلی ولذیذ فوندالی مرعالر ایدیتمک حرص منفعتیله ایقاع اولونور .

شمدییه قدر اولان تجربه مه نظرآ تمالک عثمانیه اورمانلرنده ظهور ایدن حریقلرک قسم اعظمی مذکور صوک سبیدن نشأت ایسه کرکدر وجوق دفعه بو حریقلر تصورک فوقده اوله رق کسب وخامت ایتمکده در .

Resim1: Talimatnamenin birinci sayfası.

SONUÇ

Ülkemizin milli serveti olan ormanlarımızı yangınlardan korumak için bugün olduğu gibi geçmişte de çaba harcanmıştır. Yaklaşık yüz yıl önce yayınlanmış olan bu talimatnameden anlaşıldığına göre atalarımız bu işe ciddiyle eğilmiş ellerindeki imkânlar farklı da olsa benzer yöntemler kullanmışlardır.

Günümüzde olduğu gibi eskiden de orman yangınlarının çoğu, insan kaynaklı olmakla beraber toplumdaki değişme ve gelişmelere bağlı olarak yangın sebepleri bir takım değişiklik göstermiştir. Eskiden yangın sebepleri arasında mera edinme niyetiyle kasten yangın çıkarma ilk sırada yer alırken bugün piknikçilerin kaza ile yangın çıkarmaları önemli bir oran teşkil etmektedir.

Günümüzde olduğu gibi geçmişte de yangınlarla ilgili istatistikler tutulmuş, yangın sonrasında ilgili birimlere ayrıntılı rapor sunulmuştur. Gönderilen raporda yangın yerinin ismi, vaziyeti ve büyüklüğü, yangının çıkış sebebi, zamanı ve meydana gelen hasarın miktarı, söndürme faaliyetinde kullanılan araç gereç ve ortaya çıkan sonuca dair malumat zikredilmiştir.

Ülkemizde meydana gelen orman yangınları o devirde şu şekilde isimlendirilmiştir: 1. Yerin yüzeyinde meydana gelen yangın (Sath-ı arzda vukua gelen hârik) ki günümüzde “örtü yangını” diye isimlendirilir. 2. Zirve yangını, bugünkü ismiyle “tepe yangını”. 3. Kütük yangını, günümüz ifadesiyle “gövde yangını”.

Yangınların en çok meydana geldiği aylar talimatnamede ilkbahar mevsiminin kurak geçen mart-haziran ayları olduğu ifade edilmiştir. Günümüzdeki yangınlar ise istatistiklere göre yoğun olarak Haziran – Ekim aylarını kapsayan beş aylık dönemde meydana gelmektedir.

Yangına erken müdahale etmek yangınla mücadelede çok önemlidir. Bunun için yangını görmek ve yangın haberini yangına müdahale edecek kimselere bir an önce ulaştırmak gerekir. Günümüzde sabit gözetleme kuleleri, uçak ve helikopterlerle gözetleme yapıp modern iletişim araçlarıyla yangın haberi ilgili birimlere ulaştırılırken eskiden nöbetçiler ve devriyeler gözetleme yapıp boru işaretleriyle uzun ve derin çalarak veyahut yaklaşık beş saniye zarfında birbiri arkasından beş defa silah sıkarak çıkan yangını haber verdikleri anlaşılmaktadır.

Yangın söndürme yöntemleri arasında esas yangına karşı diğer bir yangın tertibinden söz edilmesi de dikkate şayandır.

Kütüphanelerimiz, altı yüz sene bu topraklarda hüküm sürmüş olan Osmanlı imparatorluğundan bize miras kalmış eserlerle doludur. Çeşitli ilim sahalarındaki bu eserleri gün yüzüne çıkarmak bize bu sahalarda itici bir güç sağlayacaktır.

Kaynak:

Orman Harâiklerine Karşı Ittihâzı Lâzım Gelen Tedâbîre Dâir, Matba-i Amirîyye Dersaadet (İstanbul)1333, Millet Kütüphanesi, Ali Emiri, Kavanin: 289.

15. Bölüm

Dijital Dünyada Kurumsal Sosyal Sorumluluk: Markaların Siber Zorbalık Karşıtı İletişim Kampanyalarının İncelenmesi

Esra ÖZTÜRK¹

¹ Arş. Gör. Dr., Toros Üniversitesi İktisadi İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü.
esra.ozturk@toros.edu.tr, ORCID:0000-0001-7463-088X

ÖZET

Dijital dönüşümün yapı taşı olan internet, hayatın birçok alanında bireylere kolaylık sağlamış olsa da “siber zorbalık” gibi toplumu derinden sarsan bazı olumsuz durumları da beraberinde getirmiştir. Bireylerin internet vasıtası ile zorbalık davranışlarını gerçekleştirmesi anlamına gelen siber zorbalık sadece ülkemizde değil küresel olarak yaygınlık göstermektedir. Birçok çalışma, siber zorbalığın hem fiziksel hem de psikolojik seviyelerde bir dizi olumsuz sonuçla bağlantılı olduğunu ortaya koymuştur. Bu nedenle siber zorbalık hem toplum hem endüstri hem de hükümetler tarafından kolektif olarak çözülmesi gereken bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. Sorumluluğun demir yasası gereği gücünü toplumdaki bireylerden alan işletmelerin yarattıkları problemlerin çözümü için gereken önlemleri alarak topluma borçlarını geri ödemeleri gerekmektedir. Hem bireylerin hem de toplumun refahı için tüm markalar, diğer kurum ve kuruluşlarla bir araya gelerek, onlara gücünü veren bireylere karşı sorumluluklarını yerine getirmelidir. Birçok teknoloji firması, siber zorbalığı tespit edici ve önleyici mekanizmalar geliştirse de tamamen önleyememektedir. Bu noktada toplumun genelinde farkındalığı artıran siber zorbalık karşıtı kurumsal sosyal sorumluluk kampanyalarının geliştirilmesi önem kazanmaktadır. Bu çalışmada Samsung ve Simple markalarının siber zorbalık karşıtı iletişim kampanyaları detaylı olarak incelenmiş ve hem firmalara hem de karar vericilere siber zorbalıkla daha etkili bir mücadele için yol gösterici birtakım öneriler sunulmuştur.

Anahtar kelimeler: kurumsal sosyal sorumluluk, marka, siber zorbalık, dijitalleşme, iletişim

GİRİŞ

Günümüzde internet teknolojilerinin ve sosyal medya uygulamalarının gelişmesi, tüketicilere iletişim, ticaret, eğitim ve eğlence gibi çok yönlü hizmetler sunmaya başlamıştır. Ancak bu avantajların yanı sıra internet, bireylerin kişisel bilgilerinin gizliliğinin ihlali, dolandırıcılık ve siber zorbalık gibi konularda çeşitli kaygıları da beraberinde getirmiştir.

Türkiye’deki nüfusun %85’i aktif internet kullanıcısı iken hanelerin %94,1’i evden internet erişimine sahiptir. İnterneti en çok kullanan yaş grubunun ise 16-24 ve 25-34 yaş aralıklarındaki yetişkinler olduğu bilinmektedir (TÜİK, 2022). Efe, Erdem ve Vural (2021), yaptıkları bir araştırmada özellikle lise öğrencilerinin haftada 7 saatten fazla internet kullandığını ve hem siber zorbalık yapma hem de siber zorbalığa maruz kalma puanlarının yüksek olduğunu belirtmiştir. Dolayısı ile ülkemizde siber zorbalık internetin dezavantajlarından biri olarak karşımıza çıkmaktadır. **Zorbalık**, bir bireyin veya bir grubun kendilerinden fiziksel veya sosyal açıdan zayıf gördükleri kişi veya kişilere yönelik kasıtlı olarak uyguladıkları tekrar eden saldırgan tavır ve davranışlar olarak tanımlanmaktadır (Beran ve Li, 2008). İnternetin gelişmesi ile ortaya çıkan **siber zorbalık** ise, bireylerin internet vasıtası ile zorbalık davranışlarını gerçekleştirmesidir (Kowalski vd., 2014) ve sadece ülkemizde değil küresel olarak yaygınlık göstermektedir (Chun vd., 2020). Bireyler yüz yüze iletişimde insanlara söylemekten çekineceği ya da söyleyemeyeceği şeyleri “ifade özgürlüğü” adı altında dijital ortamda acımasızca ifade edebilmekte ve bunun siber zorbalık olduğunun farkına varamamaktadır (Aytulun, 2022). Audience Origin Gençlik Araştırması verilerine göre siber zorbalığın kendilerini çok endişelendirdiğini belirten gençlerin %74’i buna rağmen internette olması gerekenden daha fazla vakit geçirdiğini belirtmiştir. Gençlerin % 66’sı ise kişisel gizliliklerini koruyamamanın kendilerini endişelendiren konular arasında olduğunu ifade etmiştir (Marketing Türkiye, 2021a).

Araştırmacılar sürekli olarak siber zorbalığın hem mağdurlar hem de failer için çeşitli olumsuz sonuçlarla ilişkili olduğunu bulmuşlardır. Siber zorbalığa maruz kalmak, akıl sağlığı sorunları ve hatta aşırı durumlarda intihar dahil olmak üzere ciddi sonuçlara yol açabilecek ciddi bir sorundur. Örneğin siber zorbalığa maruz kalan bireyler daha yüksek düzeyde kaygı, depresyon ve yalnızlık hissetmekte, intihar düşüncesine kapılmakta, daha düşük benlik saygısı ve düşük akademik performansa sahip olabilmektedir (Şahin, 2012; Kowalski ve Limber, 2013; Kowalski vd., 2014).

Literatürdeki mevcut çalışmalar siber zorbalığın sebep ve sonuçlarına odaklanmakta, ancak nasıl önlenilebileceği ile ilgili yeterince akademik araştırma yapılmamaktadır. Türkiye’de 6698 sayılı Kişisel Verilerin Korunması Kanunu 7

Nisan 2016 tarih ve 29677 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir. Bu kanunla birlikte kişisel verilerin gizliliğine verilen önemin ve yaptırımların artması, birçok markanın hem müşterilerinin verilerinin korunmasına dikkat edecek gizlilik önlemleri almasına hem de konu ile ilgili farkındalık ve kurumsal sosyal sorumluluk kampanyaları düzenlemelerine yol açmıştır. Özellikle teknoloji sektöründeki şirketler, dijitalleşme ile gelen problemlerin çözümünde rol oynamak için birtakım aksiyonlar almaya başlamışlardır. Çünkü modern ticari şirketlerde bulunan odaklanmış güç, aldığı her eylemin insan yaşamının kalitesini etkileyebileceği anlamına gelmektedir. Bunun doğurduğu zorunluluğa, **sorumluluğun demir yasası (iron law of responsibility)** adı verilmektedir. Sorumluluğun demir yasası, gücünü toplumun sorumlu gördüğü şekillerde kullanmayan şirketlerin uzun vadede güçlerini kaybetme eğiliminde olacağını savunmaktadır (Lawrence ve Weber, 2020:50). Dolayısı kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri, gücünü toplumdan alan şirketlerin borçlarını onlara geri ödemesi gerektiği anlamına gelmektedir.

Bu araştırmada öncelikle siber zorbalığın tanımı ve önemi ortaya konulacak, sonrasında ise markaların bu bağlamdaki farkındalığı artırmak için oluşturduğu kurumsal sosyal sorumluluk kampanyaları örnek olarak incelenecektir. Dolayısı ile bu çalışmanın siber zorbalık karşıtı önlemlerin alınması konusunda gelecek araştırmalara yol göstermesi beklenmektedir.

SİBER ZORBALIK

Bilgi ve iletişim teknolojileri, çevrimiçi tüketicilerin bilgiye erişme ve bağlantıda kalma fırsatlarını genişletmiştir. Ancak çevrimiçi iletişim ayrıca rahatsız edici ve saldırgan mesajlar göndermek için dijital medyayı kullanan kişi sayısını ve bireylerin siber zorbalıkla karşılaşma risklerini de artırmıştır (Tokunga, 2010).

Siber zorbalığın ne olduğunu anlamadan önce zorbalık kavramının ne anlama geldiğini irdelemek gerekmektedir. Geleneksel anlamda **zorbalık**, karşı tarafta zarar veya sıkıntıya neden olmayı amaçlayan, zaman içinde tekrarlanan ve ilişkilerinde güç dengesizliği olan bireyler arasında meydana gelen saldırgan eylemler olarak tanımlanmaktadır (Olweus, 2013). **Siber zorbalık** ise bir grup veya birey tarafından kendini kolayca savunamayan bir kurbanı karşı elektronik iletişim biçimleri kullanılarak zamanla tekrar tekrar gerçekleştirilen saldırgan ve kasıtlı eylemlerdir (Smith vd., 2008:376). Maskeleye, usandırma, kışkırtma, dışlamak ve ifşa etmek, sosyal ağlarda karşılaşılan başlıca siber zorbalık türleridir (Altay ve Alataş, 2018). Geleneksel zorbalıkla karşılaştırıldığında siber zorbalık, kurbanların refahına, ruh sağlığına ve riskli davranış eğilimlerine anında, yaygın ve kalıcı zarar vermektedir (Tokunaga, 2010).

Siber zorbalık ve geleneksel zorbalık arasındaki benzerliklere rağmen, davranışlardaki ayırt edici özellikleri anlamak önemlidir. Anonimlik, siber zorbalığı ve geleneksel zorbalığı birbirinden ayıran en önemli özelliklerden birisidir (Kowalski vd. 2019). Kowalski ve Limber (2007) tarafından 3600'den fazla ortaokul öğrencisi üzerinde yapılan bir çalışmaya göre, ankete katılanların %50'den azı siber zorbalığı gerçekleştiren kişinin kimliğini bilmemektedir. Ayrıca geleneksel zorbalığın iki önemli kriteri olan güç dengesizliği ve tekrarlama (Olweus, 1995), siber zorbalıkta tamamen açık değildir. Geleneksel zorbalık, güç dengesizliğinin bir tezahürüdür ve güçlü taraf sahip olduğu avantajı bir başkasını aşağılamak için kullanır. Ancak siber zorbalıkta zorbaların fiziksel olarak kurbanlarından daha güçlü olmaları gerekmemektedir (Zych vd., 2015).

Smith (2012), siber zorbalığın geleneksel zorbalıktan farklarını şu şekilde açıklamaktadır: (1) siber zorbalık bir dereceye kadar teknolojik uzmanlığa bağlıdır; (2) yüz yüze olmaktan ziyade öncelikle dolaylıdır ve bu nedenle isimsiz (anonim) olabilir; (3) buna bağlı olarak fail, en azından kısa vadede, genellikle mağdurun tepkisini görememektedir; (4) siber zorbalıktaki seyirci rollerinin çeşitliliği, çoğu geleneksel zorbalığa göre daha karmaşıktır; (5) geleneksel zorbalığın bir nedeninin, tanıkların önünde başkaları üzerinde güç göstererek kazanılan statü olduğu düşünülür, ancak siber zorbalıkta fail genellikle bundan yoksun kalır; (6) siber zorbalık, geleneksel zorbalıktaki olağan izleyici kitlesi olan küçük gruplarla karşılaştırıldığında, bir akran grubunda özellikle geniş kitlelere ulaşabileceğinden, potansiyel hedef kitlenin genişliği artmaktadır; (7) mağdur nerede olursa olsun cep telefonuna veya bilgisayarına mesajlar gönderilebileceği veya kötü web sitesi yorumlarına erişebileceği için siber zorbalıktan kaçmak daha zordur.

Langos (2012) siber zorbalığı doğrudan ve dolaylı olarak iki temel sınıfa ayırmaktadır. Doğrudan siber zorbalık, yalnızca fail ve mağdurla sınırlı olan saldırgan eylemleri ifade ederken, dolaylı siber zorbalık ise birden fazla medya platformunda gerçekleşmektedir ve sadece mağdur ve failden çok daha geniş bir kitleyi dahil etme potansiyeline sahiptir.

İnternetin gelişmesi ile siber zorbalık sadece ülkemizde değil küresel olarak yaygınlık göstermiştir (Chun vd., 2020). Örneğin, 9-16 yaşındaki ergenler arasında siber zorbalık mağduriyeti Avrupa Birliği'ndeki yedi ülkede %8'den %12'ye yükselmiştir (Livingstone vd., 2014). Amerika Birleşik Devletleri'nde 2019 yılında yapılan bir anket lise öğrencilerinin %16'sının siber zorbalığa maruz kaldığını ortaya koymuştur (National Center for Education Statistics, 2022). Asya'da, Çinli gençlerin %60'ı ve Japon ortaokul öğrencilerinin %67'si siber zorbalık mağduru olmuştur (Aoyama ve Talbert, 2010; Li, 2007).

Abaido'nun (2020), BAE'deki 200 öğrenci ile yaptığı çalışmada, katılımcıların %91'i, Instagram (%55,5) ve Facebook (%38) başta olmak üzere sosyal medyada siber zorbalık eylemlerinin varlığını doğrulamıştır. Türkiye'de ise lise öğrencilerinin haftada 7 saatten fazla internet kullandığı ve hem siber zorba olma hem de siber zorba kurbanı olma puanlarının yüksek olduğu belirtilmektedir (Efe, Erdem ve Vural, 2021). 8-11 yaş arası Türk çocukları üzerinde yapılan bir çalışmada, katılımcıların %27'si siber zorbalık mağduru olduklarını ve %18'i son altı ay içinde siber zorbalık gerçekleştirdiğini belirtmiştir (Arslan vd., 2012). Surfshark'ın yayınladığı rapora çocukların çevrimiçi risklere en çok maruz kaldığı üçüncü ülke Tayland ve Filipinler'in ardından Türkiye olmuştur (Önder, 2022). Oxford Üniversitesi'nin Türkiye'den 3.200 kişinin katılımıyla gerçekleştirilen "Dijital Vatandaşlık: Erişim Tutum ve Davranışlar" başlıklı raporuna göre Türkiye'de her 3 kişiden 1 tanesinin en az bir tür siber zorbalığa maruz kaldığını belirtmektedir. Öyle ki istatistiklere göre Türkiye'deki her 5 kişiden 1 tanesi, en az 1 kez siber zorbalık yaptığını belirtmektedir (Oxford, 2021).

Birçok çalışma, siber zorbalığın hem fiziksel hem de psikolojik seviyelerde bir dizi olumsuz sonuçla bağlantılı olduğunu belirtmektedir. Örneğin siber zorbalığa maruz kalan bireyler daha yüksek düzeyde kaygı, depresyon, stres ve yalnızlık hissetmekte, intihar düşüncesine kapılmakta, daha düşük benlik saygısı ve düşük akademik performansa sahip olabilmektedir (Şahin, 2012; Kowalski ve Limber, 2013; Kowalski vd., 2014; Wachs vd., 2020; Martínez-Monteağudo vd., 2020; Torres, D'Alessio ve Stolzenberg, 2020). Siber zorbalık deneyimi ayrıca uyuşturucu madde kullanımı gibi diğer önemli olumsuz sonuçlarla da ilişkilendirilmiştir (Mitchell, Ybarra ve Finkelhor, 2007). 131 çalışmanın bir meta-analizi, artan stres, yalnızlık ve alkol bağımlılığının bu tür deneyimlerin sonuçları arasında olduğunu öne sürmektedir (Kowalski vd., 2014). Hay, Meldrum ve Mann (2010) ise, kendine zarar verme ve intihar düşüncesi gibi ölçütleri içselleştirme üzerinde geleneksel mağduriyete kıyasla siber mağduriyetin daha büyük bir etkisi olduğunu bulmuşlardır.

Literatürdeki mevcut çalışmalar siber zorbalığın sebep ve sonuçlarına odaklanmakta, ancak nasıl önlenilebileceği ile ilgili yeterince akademik araştırma yapılmamaktadır. Halbuki artan toplumsal zararlar, hükümetleri, kar amacı gütmeyen kuruluşları ve markaları siber zorbalık karşıtı kampanyalar oluşturmaya ve yürütmeye sevk etmektedir. Örneğin; ABD Eğitim Bakanlığı, siber zorbalık karşıtı eyalet yasaları, politikaları ve düzenlemelerini içeren bir çerçeve geliştirmiştir (Stop-Bullying, 2022). Türkiye'de 6698 sayılı Kişisel Verilerin Korunması Kanunu'nun 2016 yılında yürürlüğe girmesi, birçok markanın hem müşterilerinin verilerinin korunmasına dikkat edecek gizlilik

önlemleri almasına hem de konu ile ilgili farkındalık ve kurumsal sosyal sorumluluk kampanyaları düzenlemelerine yol açmıştır. Sorumluluğun demir yarası, uzun vadede gücünü toplumun sorumlu gördüğü şekillerde kullanmayan şirketlerin uzun vadede güçlerini kaybetme eğiliminde olacağını savunmaktadır (Lawrence ve Weber, 2020:50). Dolayısı kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri, gücünü toplumdan alan şirketlerin borçlarını onlara geri ödemeleri anlamına gelmektedir. Bu nedenle özellikle teknoloji sektöründeki şirketler, dijitalleşme ile gelen problemlerin çözümünde rol oynamak için birtakım aksiyonlar almaya başlamışlardır. Bir sonraki bölümde dijital dünyada kurumsal sorumluluğun ne olduğu ve nasıl uygulandığı örnekleri ile birlikte detaylı olarak incelenecektir.

DİJİTAL DÜNYADA KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK

Günümüzde giderek artan rekabet, işletmelerin ayakta kalabilmeleri için pazarlama faaliyetlerini yoğun olarak kullanmalarını gerektirmektedir. Ancak tüketicilerin giderek bilinçlendiği günümüz pazaryerinde, pazarlama faaliyetleri sadece satışları ve karı artırmak değil, ayrıca marka imajını da artırmak anlamına gelmektedir. Tüketiciler artık markalar tarafından düşünüldüklerini ve değer verildiklerini hissetmek istemektedir. Bu bağlamda uzun vadede toplum çıkarlarını dikkate alan sosyal pazarlama faaliyetleri ve kurumsal sosyal sorumluluk kampanyaları önem kazanmıştır (Arıkan ve Marangoz, 2018).

Kurumsal sosyal sorumluluk (KSS), bir şirketin ekonomik ve finansal getirilerin ötesinde etik, ahlaki ve sosyal yükümlülükleri olarak tanımlanmaktadır (McWilliams ve Siegel, 2001). Dolayısı ile KSS, şirketlerin toplumun genel faydası için iş sorumluluklarını yansıtan açıkça ifade edilmiş ve iletilmiş politikaları ve uygulamalarından oluşmaktadır (Matten ve Moon, 2008: 405). KSS, dış çevre üzerindeki olumsuz etkilerin üstesinden gelmek için stratejik bir yaklaşım olarak kabul edilmektedir. Birçok şirket, marka imajlarını geliştirmek ve satış gelirlerini artırmak için stratejik olarak KSS girişimleri gerçekleştirmektedir (Lee ve Lee, 2018).

Birçok araştırma kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarının, şirketlerin maliyetlerini ve risklerini azalttığını, meşruiyeti koruduğunu, rakiplere karşı rekabet avantajı oluşturduğunu ve şirketlerin bir yandan paydaşlarının taleplerini karşılarken diğer yandan kar hedeflerini de gerçekleştirmelerine izin verdiğini desteklemektedir (Asif vd., 2013; Carrol ve Shabana, 2010). Ayrıca başarılı yürütülen kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri hem müşteri memnuniyetini (Luo ve Bhattacharya, 2006) hem de şirket çalışanlarının motivasyonunu (Stodder, 1998) artırmaktadır.

Özellikle COVID-19 salgını sırasında, çevrimiçi ve dijital platformların, işletmelerin sosyal açıdan sorumlu faaliyetler (dijital sosyal sorumluluk) üstlenmesi ve uygulaması için önemli mekanizmalar olduğu giderek daha fazla fark edilmiştir. Sosyal medya platformları, işletmelerin müşterilerini ve paydaşlarını çevrimiçi bağışlar, ücretsiz çevrimiçi hizmetler sağlama vb. sosyal sorumluluk kampanyalarına dahil etmesi açısından önemlidir. Dijital platformlardaki herhangi bir sosyal sorumluluk çalışması, dijital sosyal sorumluluk olarak tanımlanmaktadır (Puriwat ve Tripopsakul, 2021). Ancak dijital platformların getirdiği bu avantajların yanı sıra topluma verdiği bazı zararlar da bulunmaktadır ve siber zorbalık bu zararların başında gelmektedir. Birçok araştırmacı, sosyal medya şirketlerinin bu konuda sorumlulukları olduğunu ve buna ilişkin politikalar düzenlemesi gerektiğini belirtmektedir (Milosevic, 2016; Milosevic ve Vladislavljevic, 2020). Kar amacı gütmeyen kuruluşlar bu kapsamda sosyal medya kuruluşlarını da göreve çağırılmaktadır. Siber zorbalık hakkında farkındalık yaratmak için UNICEF en büyük sosyal medya platformları olan Facebook, WhatsApp ve Twitter hakkında bir outdoor kampanyası hazırlamıştır. Whatsapp, Facebook, Twitter gibi sosyal medya platformlarının logoları modifiye edilerek oluşturulan afişlerde “Sosyal Medya Ölüme Yol Açabilir. İnternette daha nazik olun.” mesajı verilmiştir (Marketing Türkiye, 2017a). Siber zorbalık konusundaki sorumluluğun farkına varan sosyal medya platformlarından biri olan TikTok, “siber zorbalığa karşı sıfır tolerans” yaklaşımıyla geliştirdiği yorum filtreleme özelliğini, kullanıcılarına rahatsız edici ve spam yorumların kolaylıkla ulaşmasını engellemek için güncellemiştir (Marketing Türkiye, 2021b). Snapchat, platformun güvenli ve saygılı bir şekilde kullanılmasını teşvik etmek amacıyla "Safety First" adlı bir kampanya yürütmüştür. Facebook ise çevrimiçi platformda olumlu davranışların teşvik edilmesi amacıyla "Be Kind Online" adlı bir kampanya düzenlemiştir. Facebook ayrıca, eyalet ve yerel milletvekillerini yasal işlem başlatmaya çağırılmaktadır (Kay, 2021).



Şekil 1: UNICEF'in siber zorbalığa ilişkin outdoor kampanyası

Ancak sadece sosyal medya şirketleri değil teknoloji başta olmak üzere tüm sektörlerdeki şirketlerin bu konuda üzerlerine düşen sorumlulukları yerine getirmesi gerekmektedir. Bu sorumluluk ihtiyacı, şirketler siber zorbalığı önlemek ve azaltmak için ne yapabilir sorusunu beraberinde getirmektedir. Şirketler, siber zorbalığı ortadan kaldırabilir ve çocuklar ve yetişkinler için tamamen güvenli bir çevrimiçi deneyim sağlayabilir. Bununla birlikte, özellikle gerçek hayatın bile gerçekten güvenli olduğu söylenemeyeceği için, bu talep çok saf bir talep olarak değerlendirilmektedir (Coyne ve Gountsidou, 2013). Byron (2008), interneti tamamen güvenli hale getirecek sihirli bir değnek bulunmadığını ve bunu savunan politikaların yalnızca pratik olmamakla kalmayıp, aynı zamanda çocukları ve ebeveynleri yanlış bir güvenlik duygusuna kaptabileceği için potansiyel olarak tehlikeli olduğunu öne sürmektedir. Diğer bir ifade ile, siber zorbalığın mevcudiyeti, internetin çok tehlikeli olduğu ve bu nedenle gençlerin bundan kaçınması gerektiği anlamına gelmemelidir. Teknolojinin sağladığı faydalar çok çeşitlidir ve küçük yaşlardan itibaren internete erişim, dijital yerli (digital natives) adı verilen çocukların gelişiminin ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Onlara interneti yasaklamak eğitimsel ve sosyal gelişimlerine zarar verebilir. Dolayısı siber zorbalık konusundaki risklerin minimize edilmesi ve güvenli bir ortam yaratılması için adımların atılması gerekmektedir (Coyne ve Gountsidou, 2013).

Coyne ve Gountsidou (2013), daha güvenli bir teknoloji kullanımı için endüstrinin olası çözümlerini iki sınıfta incelemiştir:

- (1) **Ebeveynleri ve eğitimcileri güçlendirmek:** Endüstriler ebeveynleri destekleyen tavsiyeler, videolar, kılavuzlar ve gerekli teknolojiyi sağlamalıdır. Örneğin güvenli internet kullanımı hakkında çocuklarla görüşmeleri ve kullanımla ilgili net kurallar geliştirmeleri konusunda

onlara farkındalık sağlanmalıdır. Ayrıca teknolojik cihazlarda web/video/SNS/resim/anahtar kelime filtreleme hakkında bilgilendirmeler yapılmalıdır.

- (2) Kullanıcıları güçlendirmek:** Endüstriler kullanıcıları destekleyen tavsiyeler, videolar, kılavuzlar ve gerekli teknolojiyi sağlamalıdır. Bu kapsamda onlara güvenli internet kullanımı konusunda rehberlik etmeli; içerik engelleme ve kaldırma, gizlilik ayarlarının kontrolü, kötüye kullanım bildirimini gibi konularda gerekli bilgilendirmeler yapmalıdır. Ayrıca onlara siber zorbalığa maruz kalmaları durumunda neler yapabilecekleri konusunda da gerekli yönlendirmeler yapılmalıdır.

Bir önceki bölümde belirtildiği gibi sorumluluğun demir yarası, gücünü toplumun sorumlu gördüğü şekillerde kullanmayan şirketlerin uzun vadede güçlerini kaybetme eğiliminde olacağını savunmaktadır (Lawrence ve Weber, 2020:50). Bu nedenle özellikle teknoloji sektöründeki şirketlerin dijitalleşme ile gelen problemlerin çözümünde rol oynamak için yukarıda örnekleri verilen birtakım önlemleri alması diğer bir ifade ile yarattıkları problemlerin çözümünde rol oynayarak aldıklarını topluma geri vermesi gerekmektedir. Bu kapsamda Apple, rahatsız edici kelimeleri belirlemek için yapay zekâ kullanmış ve kullanıcıların e-postalardaki, metinlerdeki veya sosyal medya gönderilerindeki sakıncalı kelimeleri tekrar gözden geçirmelerini önermek için açılır uyarılar ileten bir dijital klavye geliştirmiştir (Selyukh, 2015). Çünkü siber zorbalık, dijitalleşme ile gelen ve ağır sonuçları olan ciddi bir problemdir. Dolayısı ile şirketlerin de etik uygulamaları sürdürmesi ve siber zorbalık gibi başkalarına zarar verebilecek faaliyetlerde bulunmaktan kaçınması önemlidir.

YouTube ve Facebook gibi bilgi ve iletişim teknolojisi (ICT) şirketleri de siber zorbalığa karşı olduklarını göstererek kamusal imajlarını parlatmaları gerektiğinin farkındadır. Etik taahhüt beyanları yayınlamaları; siber zorbalık içeriğini incelemek, filtrelemek ve engellemek için otomatik tespit kullanmaları ve kullanıcıların kötüye kullanım veya sorunlu içeriği bildirmesine olanak tanımaları bunun göstergesidir. Ancak ne yazık ki bazı içerikler raporlardan daha hızlı yayılabilmekte, filtreler kandırılabilen ve kullanıcılar siber zorbalık içeriğini tanımayabilmektedir (Blaya, 2019). Bu noktada siber zorbalık karşıtı kurumsal sosyal sorumluluk kampanyaları önem kazanmaktadır.

Uluslararası birçok marka bu konuya eğilerek çeşitli farkındalık kampanyaları düzenlemiştir. Örneğin Sprite, #iloveyouhater adı verilen reklam serileriyle siber zorbalığa ve nefret söylemlerine karşı küresel çapta bir duruş sergilemektedir. Telekomünikasyon şirketi Movistar siber zorbalık konusundaki

farkındalığı artırmak için 2018 yılında “Domino” isimli bir reklam kampanyası yayımlamıştır. Google, çocuklara ve gençlere siber zorbalık, çevrimiçi güvenlik ve dijital vatandaşlık konularında eğitim vermek amacıyla "Be Internet Awesome" adlı bir eğitim programı başlatmıştır. Küresel markalar, bu kampanyalarını her bir ülke bazında farklı farklı ajanslarla çalışarak yürütmektedir. Bir sonraki bölümde iki küresel markanın Türkiye’de siber zorbalığa ilişkin kurumsal sosyal sorumluluk ve farkındalık kampanyalarına ilişkin örnekler detaylı olarak incelenecektir.

SAMSUNG VE “SİBER ZORBA OLMA” KAMPANYASI

Samsung'un "Siber Zorba Olma!" sosyal sorumluluk kampanyası, siber zorbalık konusunda farkındalık yaratmayı amaçlayan küresel bir girişimdir. Kampanya 2013 yılında başlatılmış ve o zamandan beri dünyanın çeşitli ülkelerinde uygulanmıştır. Kampanya, çocukları, gençleri ve ebeveynlerini siber zorbalığın tehlikeleri ve sonuçları konusunda eğitmeyi ve onları çevrimiçi ortamda sorumlu olmayı teşvik etmeyi amaçlamıştır. Temel mesaj, siber zorbalığın bir tür suistimal olduğu ve kurbanları üzerinde kalıcı bir etkiye sahip olabileceğidir.

Kampanya, mesajını yaymak için sosyal medya, çevrimiçi videolar ve okul içi sunumlar gibi çeşitli platformlar kullanılmıştır. Kampanya web sitesinde siber zorbalık belirtilerinin nasıl fark edileceği, siber zorbalık olaylarına nasıl müdahale edileceği ve en başta siber zorbalığın nasıl önleneceği hakkında bilgiler yer almaktadır. Kampanya ayrıca, siber zorbalık hakkında farkındalığı artırmak ve olumlu çevrimiçi davranışı teşvik etmek için tasarlanmış sosyal medya hashtag'lerini de içermektedir.

Samsung Türkiye de uzun yıllardır Bilgi Teknolojileri Kurumu (BTK) ile birlikte siber zorbalık konusunda farkındalık kampanyaları yürütmüştür. 2017 yılında, “Siber Zorba Olma!” #farkınavar kampanyası kapsamında dijital platformlarda paylaştığı “Şiddetin Sesi” isimli filmi oldukça yankı uyandırmıştır. Filmde, çeşitli yaşlardaki çocuklar ve gençler, telefonlarına gelen bildirim sesleri eşliğinde şiddete maruz kalırken görülmektedir. Gelen her bildirimin gençlerin suratına bir tokat gibi çarptığı gösterilmekte ve siber zorbalığın şiddetine vurgu yapılmaktadır. Ayrıca Samsung pilot okul olarak seçtiği 20 okulda öğrencilerin, ebeveynlerinin ve öğretmenlerin teknolojinin kötü amaçlı kullanımına karşı farkındalığını artırmayı amaçlamıştır (Marketing Türkiye, 2017a).



Şekil 2: Samsung'un siber zorbalık karşıtı kurumsal sosyal sorumluluk kampanyası

2019 yılında ise Samsung Türkiye “İnterneti Tadında Kullan” isimli dijital farkındalık kampanyası kapsamında “Siber Zorba Olma” isimli videoyu dijital kanallarda yayınlamıştır. Filmin ilk sahnesinde 13-14 yaşlarında bir kız çocuğunun elindeki içeceği ile yürüdüğü görülmektedir. Sonrasında ise başka bir grup genç, kasıtlı olarak kızın bir ipe takılarak yere düşmesine ve içeceğinin dökülmesine yol açmakta ve bunu cep telefonlarına kaydederek genç kıza siber zorbalık yapmaktadır. Filmin ikinci sahnesinde ise fazla kiloları nedeni ile arkadaşlarının sosyal medyada dalga geçen mesajlarına maruz kalan bir genç kızın mutsuz şekilde aynaya baktığı görülmektedir. Üçüncü sahnede ise kimsenin görmesini istemediği fotoğrafının sosyal medyada arkadaşları tarafından paylaşıldığını ve buna gelen kötü yorumları gören bir çocuğun ağladığı görülmektedir. Videonun son sahnesinde ise 15-16 yaşlarında genç bir bireyin odasındaki perdeyi çekerek ve dizüstü bilgisayarını kapatarak daha hayatı tanıyamadan yaşamına son vermek istemesi anlatılmaktadır (Marketing Türkiye, 2019). Reklam filmi internetin sorumlu bir şekilde kullanılmasına ilişkin verilen farkındalık mesajları ile son bulmaktadır.

Samsung siber zorbalık karşıtı bu KSS kampanyaları ile hizmet ettiği topluma karşı sorumlulukları bulunduğunu kabul etmiştir. Marka istemeden de olsa parçası olduğu problemlerin çözümünde rol almaya istekli olduğunu tüm paydaşlarına göstermiştir.

SIMPLE VE “ZORBALIĞI BIRAK” KAMPANYASI

Unilever çatısı altında faaliyet gösteren cilt bakım ve kozmetik markası Simple Skin Care, siber zorbalık konusunda farkındalık kampanyaları yürüten diğer bir isimdir. Toplumsal Bilgi ve İletişim Derneği'nin talebi üzerine KONDA Araştırma Şirketi tarafından yürütülen Türkiye’de Dijital Şiddet Araştırması’nın sonuçlarına göre, 15-17 yaş arasındaki her 5 gençten, 18-32 yaş arasındaki her 3 gençten 1’i dijital şiddete maruz kalmaktadır. Kendisini “iyi kalpli cilt bakım markası” olarak konumlandıran Simple bu bilgidен yola çıkarak, dijital çağın en büyük sorunlarından biri olan siber zorbalık konusunda dijital bir farkındalık kampanyası başlatmış ve bu kampanyayı Derya Şensoy ile birlikte hayata geçirmiştir. Marka bu kapsamda geliştirdiği “iyi kalpli sözlük” çalışması ile siber zorbalığa karşı #iyikalpliol mesajını vermiştir (Unilever, 2022).



Şekil 3: Simple’nin siber zorbalık karşıtı kurumsal sosyal sorumluluk kampanyası

Simple web sitesinde “iyi kalplilik” üzerine kurulu felsefelerinden yola çıkarak insanların gezegenin en kalabalık ve en sosyal canlıları olarak birbirlerine karşı sorumlulukları olduğunu hatırlatmış ve siber zorbalık konusuna eğilmiştir. Zorbalığı yaralayıcı bir incitme davranışı olarak betimleyen Simple, bu davranışın mobil cihazlarla ve online platformlar üzerinden ısrarlı bir biçimde tekrarlanmasının çağımızın hastalığı olduğunu belirtmiştir. Marka insanlara içlerindeki iyiliği hatırlatmak ve siber zorbalığa dur demek için Facebook, Genç Hayat Vakfı ve Rafineri ile iş birliği içerisinde #ZorbalığıBırak kampanyasını hayata geçirdiklerini bildirmiştir.

#ZorbalığıBırak Kampanyası kapsamında “Ben kendim olmayı bırakmam. Sen zorbalığı bırak!” mesajını veren filmler sosyal medya üzerinden kamuoyu ile paylaşılmıştır. Genç Hayat Vakfı’nın klinik psikologlarla birlikte hazırladığı siber zorbalık hakkında detaylı bilgi içeren web sayfasında gençlerin ve ebeveynlerin, siber zorbalık davranışlarının ne olduğunu öğrenebilecekleri hem siber zorbalık yapan hem de zorbalık mağduru olanların neler yapılabileceklerinin anlatıldığı rehberler hazırlandığı belirtilmektedir (Simple Skin Care, 2023).

Simple’in 2022 yılında yayınladığı kampanya filminin ilk sahnesinde bir sinema salonundaki seyirciler Derya Şensoy’un yer aldığı reklam filmini izlemektedir. Film, satış ve tanıtım amacı içeren normal bir marka reklamı gibi başlamaktadır. Derya Şensoy, Simple ürünlerini tanıtmakta ve alkol, paraben ve renklendirici gibi içerikler olmadığını ve iyi kalpli bir marka olduğunu belirtmektedir. Sonrasında ise seyircilerin telefonlarını ellerine alarak ağır eleştiri içeren yorumlar paylaştıkları ve siber zorbalık uyguladıkları görülmektedir. Olaylar sonrasında farklı şekilde gelişmektedir. Bir anda sinema perdeleri açılmakta ve Derya Şensoy seyircilerin gerçekten karşısına çıkmaktadır. Yorumları yazanların utanarak önlerine baktıkları anda marka temel mesajını vermektedir: “Yüz yüze gelmeye yüzümüz olsun” (Youtube, 2022).

Simple de Samsun gibi siber zorbalık karşıtı KSS kampanyaları ile hizmet ettiği topluma karşı sorumlulukları bulunduğunu kabul etmiştir. Özellikle güzellik algısının tek tipleştirildiği ve bireylerin birbirlerini sosyal medya üzerinden filtrelediği günümüz toplumunda, kozmetik markalarının üzerlerine düşen görevleri yapmaları gerektiğini vurgulamıştır. Marka istemeden de olsa parçası olduğu problemlerin çözümünde rol almaya istekli olduğunu tüm paydaşlarına göstermiş ve sorumluğun demir yasasına uyum sağlamıştır.

SONUÇ

Dijital dönüşümün yapı taşı olan internet, hayatın birçok alanında bireylere kolaylık sağlamış olsa da “siber zorbalık” gibi toplumu derinden sarsan bazı olumsuz durumları da beraberinde getirmiştir. Bireylerin internet vasıtası ile zorbalık davranışlarını gerçekleştirmesi anlamına gelen siber zorbalık (Kowalski vd., 2014) sadece ülkemizde değil küresel olarak yaygınlık göstermektedir (Chun vd., 2020). Türkiye’de, 15-17 yaş arasındaki her 5 gençten, 18-32 yaş arasındaki her 3 gençten 1’i dijital şiddete maruz kalmaktadır (Unilever, 2022).

Birçok çalışma, siber zorbalığın hem fiziksel hem de psikolojik seviyelerde bir dizi olumsuz sonuçla bağlantılı olduğunu ortaya koymuştur (Kowalski vd.,

2014; Wachs vd., 2020; Martínez-Montegudo vd., 2020). Bu nedenle siber zorbalık hem toplum hem endüstri hem de hükümetler tarafından kolektif olarak çözülmesi gereken bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır.

Özellikle teknoloji sektöründeki işletmeler sosyal medyanın ve diğer dijital platformların kullanılma oranını ve sıklığını artırmakta ve kasıtlı olmaksızın siber zorbalığın önünü açmaktadır. Sorumluluğun demir yasası gereği gücünü toplumdaki bireylerden alan bu işletmelerin yarattıkları problemlerin çözümü için gereken önlemleri alarak topluma borçlarını geri ödemeleri gerekmektedir (Lawrence ve Weber, 2020). Apple, Facebook ve Youtube gibi şirketler etik taahhüt beyanları yayınlayarak; siber zorbalık içeriklerini filtreleyerek ve kullanıcıların kötüye kullanım veya sorunlu içeriği bildirmesine olanak tanıyarak bu sorunla baş etmeye çalışsalar da bu önlemler siber zorbalığı bütünüyle önleyememektedir (Blaya, 2019). Bu noktada toplumun genelinde farkındalığı artıran siber zorbalık karşıtı kurumsal sosyal sorumluluk kampanyalarının geliştirilmesi önem kazanmaktadır. Samsung ve Simple markalarının siber zorbalık karşıtı KSS kampanyaları sektördeki diğer markalara yol göstermesi açısından önemli örneklerdir.

Sadece teknoloji ve iletişim sektöründeki markaların değil hükümetlerin ve diğer kuruluşların da siber zorbalıkla olan bu mücadelede aktif rol oynaması gerekmektedir. Örneğin toplumdaki bireylere zararlı çevrimiçi davranışlardan kaçınmayı öğreten empati eğitimleri düzenlenebilir (Blaya, 2019). Ergenlik çağındaki bireyler için ise uzun vadeli eğitici işbirlikçi programlar sağlanabilir (Ashktorab ve Vitak, 2016). Örneğin Intel, Twitter ve Brita markaları, ünlülerin siber zorbalığa karşı koymak için farkındalığı artırdığı ve becerileri öğrettiği siber zorbalığı durdurma gününü (stop cyberbullying day) desteklemek için Cybersmile Foundation (2021) ile ortaklık kurmuştur. Cybersmile Foundation (2021), siber zorbalığa karşı koymak için farkındalığı ve becerileri artırmak üzere tasarlanmış ve tüm yaş grupları ve yeteneklere uygun, etkileşimli modüllerden oluşan eksiksiz bir müfredat sunar. Bu tarz girişimlerin ve iş birliklerinin artırılması, siber zorbalık sorununun minimize edilmesi açısından önemli görülmektedir.

Blaya (2019), siber zorbalık konusunda eğitime dayalı müdahalelerin iyi niyetli olduğunu ancak etkili olduklarına dair ampirik kanıtların bulunmadığını belirtmektedir. Örneğin, siber zorbalığı caydırmak için metin mesajları kullanan 7,5 haftalık bir müdahale programı olan BullyDown, davranışsal etkileri değerlendirmede başarısız olmuştur (Ybarra vd., 2016). Benzer şekilde, Samsung'un (2020) "Mavi Fil" gençlik siber zorbalığı önleme eğitimi projesi, üç milyon öğrenciye ulaşma ve siber zorbalığı mevcut % 30'dan %3'e düşürmeye yönelik hedeflerindeki başarıyı değerlendiren veriler sağlamada başarısız

olmuştur (Bharti, 2021). Diğer bir ifade ile çoğu eğitim programı, değerlendirme araçları geliştirmeden eğitim kaynaklarının oluşturulmasına ve sağlanmasına odaklanmaktadır (Ryoo ve Kim, 2023). Dolayısı ile hem sektördeki şirketler hem de diğer kurumlar, düzenledikleri eğitim ve farkındalık programlarının etkinliğini ölçebilmek için değerlendirme araçları geliştirmeli ve düzenli aralıklarla bu programlarını güncellemelidir.

Barlett vd. (2017) ise tüketicilere nasıl davranmaları gerektiğini söyleyen eğitim yaklaşımlarının, geri tepmeye açık, kısa ömürlü ve "yukarıdan aşağıya" yöntemler olduğunu belirtmektedir. Bunun yerine, siber zorbalık karşıtı kampanyaların, tüketicilerin kendilerini, tutumlarını veya davranışlarını değiştirmeye aktif olarak ikna edecekleri bir yaklaşıma ihtiyaç duyduğunu savunulmaktadır. Çünkü bireylerin kendi kendilerini ikna etmeleri, tutum ve davranışlarını değiştirmek için içsel olarak motive edecek ve dış müdahalelerden daha etkili olacaktır (Ryoo ve Kim, 2023).

Sonuç olarak farkındalık yaratmak ve önlem almak için siber zorbalık karşıtı kurumsal sosyal sorumluluk kampanyalarının düzenlenmesi, markaların toplumlara karşı görevidir. Markalar bu kampanyalarını yürütürken aşağıdaki faktörleri dikkate almalıdır:

- 1) Bilinçlendirme ve eğitim kampanyaları düzenlemelidir. Bunu yaparken okullar, üniversiteler ve çeşitli topluluk merkezleri ile iş birliği yapmalıdır. Bu programlar kapsamında siber zorbalığın ne olduğu ve nasıl önlenebileceği konusunda toplum eğitilmeli ve atölye gibi destekleyici aktivitelerle bu farkındalık desteklenmelidir.
- 2) Bu kampanyalar yürütülürken televizyon, gazete, dergi ve radyo gibi geleneksel iletişim kanallarının yanı sıra sosyal medya gibi dijital iletişim kanalları da kullanılmalıdır. Bu durum kampanyaların ulaştığı kitle sayısını ve dolayısı ile etkisini artıracaktır.
- 3) Siber zorbalığın önlenmesi için gerekli kaynaklar sağlanmalıdır. Güvenli şifre kullanımı, mahremiyet ayarları ve güvenli çevrimiçi davranışlar gibi konularda rehberlik sağlamak, başlıca kaynaklar arasında yer almaktadır.
- 4) Şirketler, sivil toplum kuruluşları, hükümet kurumları ve eğitim kurumlarıyla iş birliği yaparak siber zorbalıkla mücadeleyi destekleyen projeler geliştirmelidir.
- 5) Kampanya mesajını yaymak için video film ya da basılı afişler gibi geleneksel yöntemlerin yanı sıra daha modern yöntemler de kullanılabilir. Eğitici ve bilinçlendirici mobil uygulamalar veya oyunlar, çocuklar ve gençler arasında siber zorbalık hakkında bilgi sahibi olmayı ve önlem almayı teşvik edebilir. Tiyatro veya konser gibi sanat ve

kültür etkinlikleri de siber zorbalık konusunu farklı yaratıcı yollarla ele alabilecektir.

- 6) Şirketler, siber zorbalığa maruz kalan bireylere destek sağlayacak danışmanlık hizmetleri sunmalıdır. Bu hizmetler, mağdurlara duygusal destek ve nasıl başa çıkabilecekleri konusunda rehberlik sağlayabilmelidir.
- 7) Markalar, gerçek yaşam örnekleri ve başarı hikayeleri paylaşarak, siber zorbalıkla mücadelede ilham kaynağı olabilir ve topluma umut verebilir.
- 8) Şirketler, siber zorbalıkla karşılaşan kişilere güvenli ve gizli raporlama mekanizmaları sunabilir. Bu, mağdurların ve tanıkların saldırganları bildirebilmelerini sağlayacaktır.
- 9) Şirketler, eğitim ve farkındalık kampanyalarının etkilerini ölçmek için değerlendirme araçları geliştirmeli ve geribildirimlere göre kampanyalarını tekrar gözden geçirmelidir.

Sonuç olarak siber zorbalık konusu ciddi bir sorundur ve markaların bu konuya karşı proaktif önlemler alması önemlidir. Hem bireylerin hem de toplumun refahı için tüm markalar, diğer kurum ve kuruluşlarla bir araya gelerek, onlara gücünü veren bireylere karşı sorumluluklarını yerine getirmelidir.

REFERANSLAR

- Abaido, G.M.(2020) Cyberbullying on social media platforms among university students in the United Arab Emirates. *International Journal of Adolescence and Youth*, 25(1), 407-420.
- Altay, E. V., ve Alataş, B. (2018, December). Detection of cyberbullying in social networks using machine learning methods. In 2018 International Congress on Big Data, Deep Learning and Fighting Cyber Terrorism (IBIGDELFT) (pp. 87-91). IEEE.
- Aoyama, I., ve Talbert, T. L. (2010). Cyberbullying internationally increasing: New challenges in the technology generation. In *Adolescent online social communication and behavior: Relationship formation on the internet* (pp. 183-201). IGI Global.
- Arıkan, Ö. U., ve Marangoz, A. Y. (2018). Sosyal pazarlama kavramı ve sosyal pazarlamada sosyal medya kullanımı: Sağlık kampanyaları uygulamaları. *Toros Üniversitesi İİSBF Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(8), 141-165.
- Arslan, S., Savaser, S., Hallett, V., ve Balci, S. (2012). Cyberbullying among primary school students in Turkey: Self-reported prevalence and associations with home and school life. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*, 15(10), 527–533.
- Ashktorab, Z., ve Vitak, J. (2016). Designing cyberbullying mitigation and prevention solutions through participatory design with teenagers. *Proceedings of the 2016 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*.
- Asif, M., Searcy, C., Zutshi, A., ve Fisscher, O. A. (2013). An integrated management systems approach to corporate social responsibility. *Journal of Cleaner Production*, 56, 7-17.
- Aytulun, G. (2022). İletişimin sınırsızlığından fikir özgürlüğü çılgınlığına: Linç kültürü. Marketing Türkiye <https://www.marketingturkiye.com.tr/haberler/linc-kulturu/> adresinden 16 Ağustos 2023 tarihinde alınmıştır.
- Barlett, C., Chamberlin, K., ve Witkower, Z. (2017). Predicting cyberbullying perpetration in emerging adults: A theoretical test of the Barlett Gentile cyberbullying model. *Aggressive Behavior*, 43(2), 147–154.
- Beran, T. ve Li, Q. (2008). The relationship between cyberbullying and school bullying. *The Journal of Student Wellbeing*, 1(2), 16-33.
- Bharti, M. (2021). Samsung hosted '2021 Blue Elephant Online Forum' to prevent, solve youth cyber violence. Samsung. <https://www.sammyfans.com/2021/11/03/samsung-hosted-2021-blue->

- elephant-online-forum-for-cyber-violence/ adresinden 20 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
- Blaya, C. (2019). Cyberhate: A review and content analysis of intervention strategies. *Aggression and Violent Behavior*, 45, 163–172
- Byron, T. (2008). *Safer children in a digital world: The report of the Byron Review*.
<https://dera.ioe.ac.uk/id/eprint/7332/7/Final%20Report%20BookmarkedRedacted.pdf> adresinden 19 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
- Carroll, A. B., ve Shabana, K. M. (2010). The business case for corporate social responsibility: A review of concepts, research and practice. *International Journal of Management Reviews*, 12(1), 85-105.
- Chun, J., Lee, J., Kim, J., ve Lee, S. (2020). An international systematic review of cyberbullying measurements. *Computers in Human Behavior*, 113, 106485.
- Coyne, I., ve Gountsidou, V. (2013). The role of the industry in reducing cyberbullying. *Cyberbullying through the New Media*, 83-98.
- Cybersmile Foundation (2021). *Stop cyberbullying day 2021 highlights*. News article. [https:// www.cybersmile.org/news/stop-cyberbullying-day-2021-highlights/](https://www.cybersmile.org/news/stop-cyberbullying-day-2021-highlights/) adresinden 20 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
- Efe, Y. S., Erdem, E., ve Vural, B. (2021). Lise öğrencilerinde siber zorbalık ve internet bağımlılığı. *Bağımlılık Dergisi*, 22(4), 465-473.
- Hay, C., Meldrum, R., ve Mann, K. (2010). Traditional bullying, cyber bullying, and deviance: A general strain theory approach. *Journal of Contemporary Criminal Justice*, 26, 130–147
- Kay, G. (2021). *Mark Zuckerberg said policing bullying is hard when the content is 'not clearly illegal' — in 44 states, cyberbullying can bring criminal sanctions*. Insider. <https://www.businessinsider.com/mark-zuckerberg-said-its-hard-to-police-cyberbullying-2021-3> adresinden 5 Temmuz 2023 tarihinde alınmıştır.
- Kowalski, R. M., Giumetti, G., Schroeder, A., ve Lattanner, M. (2014). Bullying in the digital age: A critical review and meta-analysis of cyberbullying research among youth. *Psychological Bulletin*, 140, 1073–1137.
- Kowalski, R. M., ve Limber, S. P. (2007). Electronic bullying among middle school students. *Journal of Adolescent Health*, 41(6 Suppl. 1), 22–30.
- Kowalski, R. M., ve Limber, S. P. (2013). Psychological, physical, and academic correlates of cyberbullying and traditional bullying. *Journal of Adolescent Health*, 53, 13–20.

- Kowalski, R.M., Limber, S.P., ve McCord, A. (2019). A developmental approach to cyberbullying: Prevalence and protective factors. *Aggression and Violent Behavior*, 45 (March–April), 20-32.
- Langos, C. (2012). Cyberbullying: The challenge to define. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*, 15(6), 285–289.
- Lawrence, A.T. ve Weber, J. (2020). *Business and Society: Stakeholders, Ethics, Public Policy* (Sixteenth Edition). New York: McGraw-Hill Education.
- Lee, J., ve Lee, Y. (2018). Effects of multi-brand company's CSR activities on purchase intention through a mediating role of corporate image and brand image. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*, 22(3), 387-403.
- Li, Q. (2007). New bottle but old wine: A research of cyberbullying in schools. *Computers in Human Behavior*, 23(4), 1777-1791.
- Livingstone, S., Kirwil, L., Ponte, C., ve Staksrud, E. (2014). In their own words: What bothers children online? *European Journal of Communication*, 29(3), 271-288.
- Luo, X., ve Bhattacharya, C.B. (2006). Corporate social responsibility, customer satisfaction and market value. *Journal of Marketing*, 70, 1-18.
- Marketing Türkiye (2017) *UNICEF sosyal medya trollerine karşı kampanya düzenledi.* Marketing Türkiye. <https://www.marketingturkiye.com.tr/haberler/unicef-sosyal-medya-trollerine-karsi-kampanya-duzenledi/> adresinden 17 Temmuz 2023 tarihinde alınmıştır.
- Marketing Türkiye (2017b). *Samsung “Şiddetin Sesi” kampanyasıyla siber zorbalığa dikkat çekmeyi amaçlıyor.* Marketing Türkiye. <https://www.marketingturkiye.com.tr/kampanyalar/samsung-yeni-reklam-filmi-siber-zorbalik/> adresinden 8 Ağustos 2023 tarihinde alınmıştır.
- Marketing Türkiye (2019). *Samsung “Siber Zorba Olma!” diyor.* Marketing Türkiye. <https://www.marketingturkiye.com.tr/kampanyalar/samsung-siber-zorba-olma-diyo/> adresinden 12 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
- Marketing Türkiye (2021a). *Teknoloji çocukları korumaya hazır mı?* Marketing Türkiye. <https://www.marketingturkiye.com.tr/haberler/arastirma/cocuk-ve-teknoloji/> adresinden 5 Ağustos 2023 tarihinde alınmıştır.
- Marketing Türkiye (2021b). *TikTok'tan siber zorbalığa karşı hamle!* Marketing Türkiye. <https://www.marketingturkiye.com.tr/haberler/tiktoktan-siber-zorbaliga-karsi-hamle/> adresinden 3 Ağustos 2023 tarihinde alınmıştır.
- Martínez-Monteaudo, M. C., Delgado, B., Díaz-Herrero, Á., ve García-Fernández, J. M. (2020). Relationship between suicidal thinking, anxiety,

- depression and stress in university students who are victims of cyberbullying. *Psychiatry Research*, 286, 112856.
- Matten, D., ve Crane, A. (2005). Corporate citizenship: Toward an extended theoretical conceptualization. *Academy of Management review*, 30(1), 166-179.
- McWilliams, A., ve Siegel, D. (2001). Profit maximizing corporate social responsibility. *Academy of Management Review*, 26(4), 504-505.
- Milosevic, T. (2016). Social media companies' cyberbullying policies. *International Journal of Communication*, 10, 22.
- Milosevic, T., ve Vladislavljevic, M. (2020). Norwegian children's perceptions of effectiveness of social media companies' cyberbullying policies: an exploratory study. *Journal of Children and Media*, 14(1), 74-90.
- Mitchell, K. J., Ybarra, M., ve Finkelhor, D. (2007). The relative importance of online victimization in understanding depression, delinquency, and substance use. *Child Maltreatment*, 12(4), 314-324.
- National Center for Education Statistics (2022). *Bullying at School and Electronic Bullying*. <https://nces.ed.gov/programs/coe/indicator/a10> adresinden 10 Ağustos 2023 tarihinde alınmıştır.
- Olweus, D. (1995). Bullying or peer abuse at school: Facts and intervention. *Current Directions in Psychological Science*, 4, 196-200
- Olweus, D. (2013). School bullying: Development and some important challenges. *Annual Review of Clinical Psychology*, 9, 1-14.
- Önder, N. (2022). *Türkiye çocuklara karşı çevrimiçi risklerde kaçınıcı sırada?* Marketing Türkiye. <https://www.marketingturkiye.com.tr/haberler/turkiye-cocuklara-karsi-cevrimici-risklerde-kacinci-sirada/> adresinden 20 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
- Oxford, (2021). *Digital Citizenship in Turkey*. University of Oxford. <https://www.qeh.ox.ac.uk/publications/digital-citizenship-turkey> adresinden 1 Ağustos 2023 tarihinde alınmıştır.
- Puriwat, W., ve Tripopsakul, S. (2021). The impact of digital social responsibility on preference and purchase intentions: The implication for open innovation. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(1), 24.
- Ryoo, Y., ve Kim, W. (2023). Approach versus Avoidance: A Self-Regulatory Perspective on Hypocrisy Induction in Anti-Cyberbullying CSR Campaigns. *Journal of Business Ethics*, 1-20.

- Şahin, M. (2012). The relationship between the cyberbullying/cybervictimization and loneliness among adolescents. *Children and Youth Services Review*, 34(4), 834–837.
- Samsung (2020). *Samsung electronics hosts “The blue elephant forum” for preventing teen cyberbullying*. Samsung. <http://csr.samsung.com/en/newsView.do?contentsId=241> adresinden 17 Ağustos 2023 tarihinde alınmıştır.
- Selyukh, A. (2015). *Fighting online bullying, one emoji at a time*. NPR. <https://www.npr.org/sections/alltechconsidered/2015/10/23/450941822/fighting-online-bullying-one-emoji-at-a-time> adresinden 17 Ağustos 2023 tarihinde alınmıştır.
- Simple Skin Care (2023). *#ZorbalığıBırak: Birbirimize karşı iyi kalpli olmaya var mıyız?* Simple Skin Care. <https://www.simpleskincare.com/tr/iyi-kalpli-ol/siber-zorba-kampanyasi.html> adresinden 19 Temmuz 2023 tarihinde alınmıştır.
- Smith, P. K. (2012). Cyberbullying and cyber aggression. In S. R. Jimerson, A. B. Nickerson, M. J. Mayer, ve M. J. Furlong (Eds.), *Handbook of school violence and school safety: International research and practice* (pp. 93–103). New York, NY: Routledge
- Smith, P. K., Mahdavi, J., Carvalho, M., Fisher, S., Russell, S., ve Tippett, N. (2008). Cyberbullying: Its nature and impact in secondary school pupils. *Journal of Child Psychology and Psychiatry*, 49(4), 376–385.
- Stodder, G. (1998). Goodwill hunting. *Entrepreneur Magazine*, 26, 118.
- Stop-Bullying (2022). *Law, policies, and regulations*. <https://www.stopbullying.gov/resources/laws> adresinden 17 Ağustos 2023 tarihinde alınmıştır.
- Tokunaga, R. S. (2010). Following you home from school: A critical review and synthesis of research on cyberbullying victimization. *Computers in Human Behavior*, 26(3), 277–287
- Torres, C. E., D’Alessio, S. J., ve Stolzenberg, L. (2020). The effect of social, verbal, physical, and cyberbullying victimization on academic performance. *Victims and Offenders*, 15(1), 1–21.
- TÜİK, (2022). *Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması*, 2022. [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanim-Arastirmasi-2022-45587](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim-Arastirmasi-2022-45587) adresinden 7 Ağustos 2023 tarihinde alınmıştır.
- Unilever (2022). *Simple’den siber zorbalığa karşı: Yüz yüze gelmeye yüzümüz olsun*. Unilever. <https://www.unilever.com.tr/news/2022/simpledan-siber->

[zorbalga-kars-yuz-yuze-gelmeye-yuzumuz-olsun/](#) adresinden 8 Ağustos 2023 tarihinde alınmıştır.

- Wachs, S., Vazsonyi, A. T., Wright, M. F., ve Ksinan Jiskrova, G. (2020). Cross-National associations among cyberbullying victimization, self-esteem, and internet addiction: Direct and indirect effects of alexithymia. *Frontiers in Psychology, 11*, 1368.
- Ybarra, M. L., Prescott, T. L., ve Espelage, D. L. (2016). Stepwise development of a text messaging-based bullying prevention program for middle school students (BullyDown). *JMIR mHealth and uHealth, 4*(2), e4936
- Youtube (2022). *Simple, siber zorbalığa Derya Şensoy ile dur diyor. #iyikalpliol.* Simple Türkiye. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=NT1p4oaI96Y> adresinden 12 Ağustos 2023 tarihinde alınmıştır.
- Zych, I., Ortega-Ruiz, R., ve Del Rey, R. (2015). Scientific research on bullying and cyberbullying: Where have we been and where are we going. *Aggression and Violent Behavior, 24*, 188–198.

16. Bölüm

Sosyal Hizmet Perspektifinden Askeri Stres Kaynaklarının Asker Çocuklarının Psikososyal Sağlığı Üzerindeki Etkisi

Filiz ER¹

¹ Dr.; Sinop Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Sosyal Hizmet Bölümü, Sinop, Türkiye,
filliztokgoz@hotmail.com ORCID ID: 0000-0001-5065-3809

ÖZET

Askeri yaşam tarzının getirdiği zorluklar sadece askerleri değil aynı zamanda ailelerini dolayısı ile çocuklarını etkilemektedir. Bu durumda asker çocuklarının sivil akranlarından farklı olarak gelişen ihtiyaç ve beklentilerini gündeme gelmektedir. Bu çalışmada, sosyal hizmet perspektifinden sivil akranlarından farklı olarak askeri yaşam tarzının zorluklarına doğdukları andan itibaren maruz kalan asker çocuklarını etkileyen sorun alanlarının anlaşılması ve değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla ulusal ve uluslararası literatür incelenmiştir. Literatürde, yoğunlukla ele alınan askeri kültür, sık yer değiştirme ve tayinler, periyodik ayrılıklar ve ebeveyn yokluğu, asker ebeveynin zarar görme ve ölüm riskinin asker çocukları üzerindeki psikososyal etkileri değerlendirilmiştir. Bununla birlikte, asker çocuklarına yönelik sosyal hizmet uygulamasında tutum, bilgi ve beceri bileşenlerini geliştirme adına aile sistem yaklaşımı ve ekolojik yaklaşıma yer verilerek bu alana uygun öneriler geliştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Asker Çocukları, Sosyal Hizmet, Psikososyal Etkiler

GİRİŞ

Aile sistemleri içerisinde çocuklar özellikle savunmasız olarak yer alabilmektedir. Çocuklar, stres ve zorlukla karşı karşıya kaldıklarında psikososyal sağlıkları için artan risklerle karşılaşmaları mümkün hale gelebilmektedir (De Girolamo vd., 2012:47). Aile içinde stres farklı kaynaklardan ortaya çıkabilmektedir. Asker aileleri için süregelen stres faktörlerinin birçok yönü onları asker olmayan (sivil) ailelerden ayırmaktadır (Cramm vd., 2019:1725). Bunun yanında, asker ailelerinin sahip olduğu bazı avantajlar arasında, barınma, çocuklar için daha iyi bakım şartları, eğitim ve sağlık kaynaklarına erişim de sayılabilmektedir (Institute of Medicine, 2013:257). Buna karşılık asker ailelerinde yetişmiş olan çocuklar, sivil akranlarının nadiren deneyimlediği bazı stres kaynaklarına maruz kalabilmektedir. Bunlar arasında askeri kültürün farklıları, sık yer değiştirme ile alışılan ortamlardan uzaklaşma, ebeveynlerinden ayrı kalmanın yanında çatışma bölgesinde görevlendirmelerde ebeveynlerinin ölüm ve yaralanma risklerinin kaygısı ile baş etmek durumunda kalabilmektedirler. Yapılan çalışmalarda askeri görevlerin asker çocukları üzerinde uzun vadede olumsuz etkilere sahip olabileceği de gösterilmektedir (Lester ve Flake, 2013:121; Pye ve Simpson, 2017:1856; Hawkins vd., 2018). Güncel çalışmalar, asker ailelerinin çocuklarını çoğu sivil aileden ayıran ve kalıcı strese neden olabilecek, sık sık yer değiştirme ve tayinler, periyodik ayrılıklar ve ebeveyn yokluğu, asker olan ebeveynin zarar görme veya ölme riski gibi üç temel yaşam tarzı bileşenine sahip olduğunu ortaya koymaktadır (Cramm vd., 2019:1725; Acion vd., 2013:1418; Williams vd., 2022; Williams vd., 2023:103887; Daigle, 2015:2013). Bunların yanında, özellikle son yıllarda, askeri kültürün, askerin eş ve çocukları bağlamında farklı sorunları gündeme getirdiği ve askerliğin bir kültürel kimlik geliştirdiği kabul edilmektedir (Meyer ve Wynn, 2018:15). Bu nedenle yukarıda ifade edilen üç temel yaşam tarzının yanında askeri kültürü de asker çocukları üzerinde psikososyal etkilere sahip olan bir unsur olarak değerlendirmek mümkündür.

Gilligan (2004:93)'a göre sosyal hizmet, zorluk yaşayan insanlara destek olunmasını ve yaşamlarında karar sahibi olabilmelerini içermektedir. Sosyal hizmet, hassas ve dezavantajlı gruplarla çalışan uygulamalı bir meslektir. Askeri nüfus incelendiğinde eskiden olduğundan farklı olarak, zorunlu askerlik sürecinin dışında askerliği bir meslek olarak yapan personelin günümüzde daha yoğun olduğu görülmektedir. Örneğin Amerika'da yapılan bir çalışmada askerlerin yarısının evli olduğu ve askerlerin %83'ünün yirmi yaşın altında çocuğu olduğu tespit edilmiştir (Ridings vd., 2019:75). Türkiye'de ise Jandarma Genel Komutanlığı ve Milli Savunma Bakanlığı'nın 2020 yılı verilerine göre Türk Silahlı Kuvvetleri'nde aktif görev alan personelin toplam sayısı 626.447

şeklinde. Yalçın (2018)'in yaptığı çalışmada, Sosyal Güvenlik Kurumu Primsiz Ödemeler Daire Başkanlığı'ndan alınan verilerle silahlı kuvvetler gazilerinin toplam sayısı ise (er/erbaş ve rütbeli dâhil) toplam 11.988'dir. Tüm bu veriler değerlendirildiğinde asker/gazilerin ve onların ailelerinin genel nüfus içindeki dağılımı azımsanamayacak kadar fazladır. Bu geniş nüfus içinde, askeri kültürün etkisi, sık yer değiştirme ve tayinler, asker olan ebeveynin sık evden uzakta kalması, aile ile vakit geçirilememesi, görev dönüşünde tüm ailenin yeniden uyum zorlukları yaşamaları ve asker ebeveynin ölüm ve yaralanma riskinin yarattığı endişe gibi nedenler çocukların psikososyal sağlığını etkileyebilmektedir. Askeri yaşam tarzının getirdiği zorlukların, asker çocuklarının gelecek yaşantısını nasıl etkileyeceği ise belirsizdir. Ancak sivil akranlarından farklı olarak asker çocuklarını etkileyen sorun alanlarının anlaşılması ve değerlendirilmesi önemlidir. Sosyal hizmet, aile sistem yaklaşımı ve çevresi içinde birey yaklaşımı çerçevesinde aileyi ve dolayısıyla çocuğu anlamak, desteklemek ve müdahale etmek noktasında önemli görevler üstlenme potansiyeline sahiptir. Ayrıca sosyal hizmetin bireyden topluma müdahale yeteneği ile mesleki bir avantajı da vardır. Buradan hareketle, ilgili çalışmanın ilk bölümünde ulusal ve uluslararası literatürde yoğunlukla ele alınan ve asker çocuklarını etkileyen askeri kültür, sık yer değiştirme ve tayinler, periyodik ayrılıklar ve ebeveyn yokluğu, asker ebeveynin zarar görme ve ölüm riskinin çocuklar üzerindeki psikososyal etkileri incelenmiştir. Bir sonraki bölümde ise sosyal hizmet perspektifinden asker ailelerinin psikososyal zorlukları ele alınarak, sosyal hizmet uygulamalarına yönelik önerilerle çalışma sonlandırılmıştır.

1. Askeri Koşulların Asker Çocuklarının Psikososyal Sağlığı Üzerindeki Etkisi

1.1. Askeri kültürün asker çocuklarının psikososyal sağlığı üzerindeki etkisi

Askerliğin bir kültür oluşturduğunu söylemek mümkündür. Askerliğin kendi tarihi, kanunları, değerleri, gelenekleri, dili ve adetleri vardır. Askeri kültür, askerlere, genç yaştan itibaren aşılarmakta ve hayatlarının hemen hemen her alanına nüfuz etmektedir (Meyer, 2015:416). En basit tanımla askeri kültür, formel bir yapıya sahip organizasyondur ve kendi normları, paylaşılan değerleri ile yönetilen bir kültür grubu olmasının yanında, insanlara farklı kimlikler sağlayan bir sosyal grup olarak ordunun tanımlayıcı özelliklerine sahiptir (Lane ve Wallace, 2020:267). Bir çalışmada kişilerin askerlik sürecini kısa sürede yaşamış olsalar bile askerlikle yaşam boyunca özdeşleşebildikleri gösterilmiştir (Johansen vd., 2013:861). Hall (2011:4), askeri kültürü otoriter yapı, sık yer değiştirme, kök ailelerden ve sivil topluluktan daha izole olma, hiyerarşik yapı,

felaket durumlarına (ölüm, savaş gibi) hazır olma ve ailelerinden uzak kalma olarak karakterize etmiş ve bu türlü yaşam tarzının zorluklarını ifade etmiştir. Askerlerle birlikte askeri yaşam tarzının ve askeri kültürün getirdiği birçok zorlu durumla eş ve çocuklar da karşılaşmaktadır. Bu ailelerdeki çocuklar, genellikle askeri kültürün içinde büyümektedir. Askeri kültürün, farklı bağlamlarda asker eşleri ve çocukları etkilediğini gösteren çalışmalar vardır (DeGraff vd., 2016:3022). Çünkü asker eşleri ve çocukları gayri resmi olarak eşlerinin veya ebeveynlerinin rütbesini taşımakta ve yapılandırılmış bir ortamda belirli davranış kalıplarını sergilemektedirler (Drummet vd., 2003:279; Burrell vd., 2010:373). Asker çocuklarında da tıpkı asker ebeveyninden beklenildiği gibi disiplinli davranışları, vatanseverlik ve ebeveynin görevi için gurur duymaları beklenmektedir (Leskin vd., 2013:427). Ayrıca askeri yaşam tarzı, aynı zamanda kişisel özgürlükleri ve mahremiyetleri de azaltan bir süreci içerebilmektedir (Meyer, 2015:416). Bununla birlikte, asker ailelerinin yaşadığı stres faktörlerini ve askeri kültürü, asker olmayan topluluğun anlamakta zorlandığı ve bunun da asker ailelerinde ve dolayısı ile asker çocuklarında izolasyon duygusuna neden olduğu belirtilmektedir (Schuh vd., 2016:93). Hall (2011:4) asker çocuklarının kendi okullarında, diğer öğrencilerden farklı olduklarını çoğu zaman bildiklerini ve keşfettiklerini ifade etmiştir. Askeri kültür, ebeveynlik rollerini de etkileyebilmektedir. Yapılan bir çalışmada sivil ebeveynin işlevselliği çocukların iyi oluşlarıyla ilişkilirken, aktif görevde olan asker ebeveynin işlevselliğinin çocukların iyi olma halleriyle ilişkili olmadığı bulunmuştur. Bu durum askeri rollerin ebeveynlik rollerini etkilediğini göstermektedir (O'Neal vd., 2016:425).

1.2. Tayinler ve sık yer değiştirmenin asker çocuklarının psikososyal sağlığı üzerindeki etkisi

Tayinler ve sık yer değiştirme çocuklar ve yetişkinler için karmaşık ve zor bir durumdur. Genel olarak asker aileleri üzerine yapılan araştırmalar, asker ailelerine özgü stres etkenleri olarak sık yer değiştirme ve ayrılıkları göstermiştir (Burrell vd., 2006:43; Drummet vd., 2003:279). Ortalama olarak, askeri çocukların sivil akranlarına oranla üç kat daha fazla yer değiştirdiği bilinmektedir (Ruff ve Keim, 2014:103). Ayrıca asker ailelerinin uluslararası yerlere taşınma olasılığı sivil ailelere göre dört kat daha fazladır ve bu da onların alışılmadık kültürlerle uyum sağlamalarını gerektiren bir durumdur (Drummet vd., 2003:279). Bu, günlük yaşamı sürekli olarak yeniden düzenleme ihtiyacını gündeme getirmekte ve tüm aile üyelerini etkilemektedir. Asker ailelerindeki çocukların ve ergenlerin, sık yer değiştirmelerinden dolayı yüksek düzeyde stres faktörü yaşadıkları belirtilmektedir (Drummet vd., 2003:279; Bradshaw vd., 2010:84).

Tayinler ve sık yer değiştirmeler sırasında aile ile ilişkili olarak endişeler yoğunudur. Sık yer değiştirme, kök aileden ayrılma, savaş ve çatışmanın zorluklarını daha da karmaşık hale getirmektedir. Sık yer değiştirmenin, asker ve ailesi için fiziksel ve psikolojik zorlukları artıracak gibi stres ve memnuniyetsizliğe de neden olabileceği yapılan araştırmalarla desteklenmiştir (Kavanagh, 2005:1; Riggs ve Mallonee, 2017:33; Burrell vd., 2010:373). Sık yer değiştirme ve tayinler asker ailelerinin hem sivil dünyadan hem de asker ailesinin kök ailesinden uzaklaşmasına ve yabancılaşmasına neden olabilmektedir (Hall, 2011:4). Bu türlü yer değiştirmeler evde gerilimin artmasına, askeri kültüre aşına olunmayan yeni okullarda uyum zorluklarına, çocukların davranışsal, akademik, sosyal ve duygusal gelişimlerinin olumsuz etkilenmesine yol açabilmektedir (Ruff ve Keim, 2014:103; Davis ve Finke, 2015:2019). Ancak yer değiştirme sırasında asker ebeveynin görev nedeni ile yokluğu da söz konusu olduğunda çocukların akademik başarı düzeyinde olumsuz etki daha da artabilmektedir (Lyle, 2006:319) Bunun yanında yeni kayıt olunan okullar bu öğrencilerin ihtiyaçlarını anlamakta da zorlanmaktadır (Hill vd., 2022:646). Özetle sık yer değiştirme ve tayinler sonrası uyum dönemi, asker çocuklarının yeni ev ve okul ortamını tanımaya çalıştığı ve bilinmeyenden korktuğu ve aslında tanıdığı ve geride bıraktığı okul ve akranlarıyla ilgili kayıpların yasını tuttuğu bir süreçtir. Bu çocuklar akranları ile sosyal bağlar kurmak için yeterli zamanı bulamayabilirler ve özellikle ergenler sosyal reddedilmeye karşı oldukça duyarlı hale gelebilirler ve bunu tayin süreçlerinde deneyimleyebilme riski ile karşılaşabilir.

1.3. Asker ebeveynle periyodik ayrılıklar ve ebeveyn yokluğunun asker çocuklarının psikososyal sağlığı üzerindeki etkisi

Askerlerin görevlendirilmesi, bir görev veya misyonu gerçekleştirmek için bir askerin veya askeri birimin yerel çalışma alanından, kaynaklarından ve ailesinden geçici olarak uzaklaştırılması anlamına gelmektedir. Görevlendirme aşaması resmi olarak, bir askerin ana görev yerini fiziksel olarak terk ettiğinde ve aktif askeri operasyonların olduğu bir bölgeye girdiğinde başlamaktadır. Genel olarak, görevlendirme terimi hem rutin görevleri (planlı eğitim tatbikatları gibi) hem de savaşla ilgili görevlendirmeleri ifade etmektedir. Bu durum asker ailesi ve çocukları için önemli bir stres kaynağıdır (Burrell vd., 2006:43).

Askeri ailelerdeki çocuklar gibi sivil ailelerin çocukları da bir ebeveynin yokluğunu yaşayabilir. Askerlikte kadın sayısı artsa da asker ebeveyn yokluğu, çoğunlukla babanın yokluğunu ifade etmektedir. Asker çocuklarında ayrılıklar sırasındaki uyumla ilgili bir meta analizinde, çocukların uyumsuzluk sergilediği ortaya konulmuştur (Card vd., 2011:508). Asker olan ebeveynin uzun ayrılıkları,

gelişim evresinden bağımsız olarak bir çocuk için stresli olabilir ancak çocukların gelişim dönemlerine göre değerlendirilmesi sürecin anlaşılmasında daha da önem kazanmaktadır. Bu nedenle çocukların gelişim dönemlerine göre yaşadıkları etkilene biçimleri bir sonraki bölümde ayrıntılı ele alınmıştır.

1.3.1. Okul öncesi dönem

Tüm çocuklar erken bağlanma eğilimi ile dünyaya gelmektedirler. Ancak bakım-verenler ve çocuğun yakın çevresi, ebeveyn-çocuk ilişkisinin kalitesindeki bireysel farklılıkların şekillenmesinde son derece önemlidir (Van IJzendoorn ve Bakermans-Kranenburg, 2019:31). Uzun süreli görevlendirmeler, küçük bir çocuğun bu kilit gelişim döneminde asker ebeveyniyle güvenli bir ilişki geliştirme ve sürdürme fırsatını engelleyebilir (Paris vd., 2010:610). Yapılan çalışmalarda özellikle 2 yaşından küçük çocukların, diğer tüm yaş gruplarına (18 yaşına kadar) kıyasla en az sorun yaşayan çocuklar olduğu ifade edilmektedir. 3-5 yaş arası çocuklarda ise saldırgan davranışlar en fazla biçimde gözlemlenebilmektedir (Chartrand vd., 2008:1009). Okul öncesi dönemi çocuklarında, ebeveyni görevlendirilmemiş çocuklara göre bu çocukların daha fazla içedönüklük, dikkatsizlik, evdeki ebeveyne yapışma, öfke nöbetleri, ebeveynin yokluğuyla ilgili sorular, meydan okuma, iştah değişiklikleri ve kabuslar/uyku sorunları gösterdikleri ve daha fazla ruhsal zorlukları sergiledikleri bulgulanmıştır (Alfano vd., 2016:17; Gorman vd., 2010:1058).

1.3.2. Okul çağı çocukları

Okul çağındaki çocuklarda akran ilişkileri ve sosyal faaliyetlerin önemi artsa da özellikle ilkökul çağındaki çocukların soyut düşünme becerilerinin gelişmediği dikkate alınmalıdır. Bu durum çocukların ebeveynlerinin yokluğu ile başa çıkmasını zorlaştırdığını akla getirebilir. Bir çalışmada, asker ailelerinden gelen 5 ila 17 yaşındaki çocuklar arasında, stresin yaygın bir somatik semptomu olarak tekrarlayan baş ağrılarının varlığının ve sürekliliği bulgulanmıştır (Swedean vd., 2013:274). Richardson vd. (2011) ise, 44.000'den fazla öğrencinin asker olan ebeveynin görevlendirilmesi ve başarı testi puanları arasındaki ilişkiyi inceleyerek, ebeveynleri 19 ay veya daha uzun süre görev yapan ilkökul ve ortaokul öğrencilerinin başarı puanlarının önemli ölçüde daha düşük olduğunu bulmuşlardır.

1.3.3. Ergenlik dönemi

Ortaokul çağındaki gençler için ergenlik geçişleri önemli kabul edilmektedir. Ergenlik, diğer gelişim dönemlerinden farklı olarak genellikle çalkantılı bir gelişim dönemi olarak görülmektedir. Ergenlik yılları, hormonal ve cinsel

olgunlaşma, genişleyen sosyal ağlar ve akranlar, flört, mesleki eğitim, yeni kararlar ve ebeveynlerden artan bağımsızlık dâhil olmak üzere çok sayıda değişikliklerle karakterize edilebilir. Asker ebeveynleri görevlendirilen ergenlerde daha fazla aile sorumluluğu üstlenmeleri söz konusu olabilmektedir (Cramm, 2019:1725; Huebner ve Mancini, 2005:1).Yapılan çalışmalarda ayrıca stres ve kaygı seviyesinde artış, alkol-madde kullanımında ve intihar riskinde artış gibi ruhsal ve davranışsal sağlık sorunları da gözlemlenmektedir (Acion vd., 2013:1418; Mmari vd., 2009:455; Reed vd., 2011:1676). Bazı araştırmalarda ise akademik başarının düştüğü görülmektedir (Aranda vd., 2011:402; Aronson ve Perkins, 2013:516).

Periyodik ve özellikle uzun süreli ayrılıklar aynı zamanda ebeveyn yokluğunu gündeme getirmektedir. Çoğu araştırmada da ifade edildiği gibi ebeveyn yokluğu çocuklar üzerinde farklı gelişim evrelerine göre psikososyal sağlık sorunlarını gündeme getirmektedir. Ancak ebeveynlerin dönüşü ve aileye uyum sürecinde de başka zorluklar yaşanabilmektedir. Uzun ayrılıklar sonrasında eve dönen asker ebeveynler karşısında küçük çocuklarda kafa karışıklığı yaşama, sıkıntılı görünme, asker ebeveyninden uzak durma, uyku zorlukları gibi ilişkisel ve psikolojik zorluklar gözlemlenebilmektedir (Dayton vd., 2014:509; Barker ve Berry, 2009:1033). Yeniden bütünleşme sırasında artan ebeveynlik stresi de yaygındır (Walsh vd., 2014:35). Burada çocukların fiziksel, bilişsel ve duygusal gelişimine tanıklık etme ve katılma fırsatlarının kaçırılmış olması ve asker ebeveyn yeniden çocuklarıyla yeni bir şekilde ilişki kurmayı öğrenmek zorunda olmaları etkilidir. Çocuk, geri dönen ebeveyne karşı davranışsal ve/veya duygusal değişiklikler gösterebilir ve bu da yeniden bağlanma sürecini zorlaştıran bir başka unsur olarak ortaya çıkabilir.

1.4. Asker ebeveynin zarar görme ve ölüm riskinin asker çocuklarının psikososyal sağlığı üzerindeki etkisi

Bir çocuk için özellikle ebeveynin savaş veya operasyon zamanında görevlendirilmesi, genellikle artan tehlike duygusu ve belirsizlik hissi ile birlikte bu ebeveyninden uzun süreli ayrılması anlamına gelebilmektedir. Görevlendirilen asker ebeveynin sağlıklı bir şekilde dönüşüne kadar çocuk ve aile için çok sayıda zorluk yaşanabilmektedir. Siegel vd. (2013:2002), çoğu zaman, bu türlü bir ayrılığın çocuklarda kayıp duygusu oluşturduğunu ve buna eşlik eden korku ve kaygının, beynin gelişmekte olan mimarisini bozduğunu ifade etmiştir. Bunun yanında hemen her yaş grubunda yoğun üzüntü ve endişe bulgulanmış (Aranda vd., 2011:402; Flake vd., 2009:271) ve Mansfield vd. (2011:999)'nın yaptığı araştırmada ise görevlendirmeler ile birlikte ruh sağlığı birimlerine yönelik başvuruların artışı tespit edilmiştir.

Günümüzde çatışma alanlarında olan medya, artık savaş faaliyetlerinin “oturma odasında” gözlemlenmesine neden olmaktadır. Bunun yanında telefon görüşmelerinde ani kesintiler ve yaralanma ve ölüm söylentileri (güvenli bölgede bile) asker ailelerinde korkuyu artırabilmektedir (Siegel vd., 2013:2002). Bunun karşılığında ise asker çocukları, görevlendirilen ebeveynlerinin maruz kaldığı ölümcül risklere yönelik orantısız bir şekilde daha fazla korku hissedebilmektedirler (Cozza vd., 2005:371). Ancak ne olursa olsun, asker ebeveynin savaşta ölmesi veya ciddi yaralanması her ne kadar mesleki riskler arasında olsa da tüm aileler için beklenmedik ve yıkıcı bir deneyimdir. Askerlikle ilgili ebeveyn ölümü yaşayan çocuklar, ebeveyni ölen diğer çocuklarla önemli benzerlikler paylaşırsa da askeri kaybın belirli özellikleri, askeri çocuklarının, potansiyel olarak farklı yas tepkileri göstermelerini beraberinde getirebilmektedir (Cozza vd., 2005:371). Çoğu durumda, askerler şehit olarak ölmekten evvel uzun süre görevdedir ve ölümlerinden önce uzun bir süre asker çocukları, ebeveynin geri dönmesi için özlem ve endişe dahil olmak üzere önemli ayrılık zorluklarına zaten katlanmış olabilirler. Ebeveynin fiziksel olarak hayatta olduğu ancak uzun bir süre fiziksel olarak olmadığı ayrılıklar, özellikle belirsiz kayıp durumlarında, çocukların ölümün gerçekliğini ve kalıcılığını kabul etmelerini zorlaştırabilir (Kaplow vd., 2013:322). Bu durum çocuk için baş etmede zorlanacağı yeni stresli gündemleri de ortaya çıkarabilir. Çocukların ebeveynlerinin ölümünü anlamalarına yardımcı olmak, gelişimsel olarak benzersiz bir duyarlılık gerektirir ve böylesine yıkıcı bir stres karşısında önleyici danışmanlığın teşvik edilmesi önemlidir (Levetown vd., 2008:1441; Wessel, 2003:183).

Askeri kültürün özelliklerinden başlayarak askeri yaşam tarzının ve koşulların asker üzerindeki etkilerinin yanında askerin çocuklarını da doğrudan etkilediği görülmektedir. Tüm bu bağlamlar ele alındığında, askeri ortamda sosyal hizmetin gelişmesine katkı veren konunun, asker/gazi aileleri ve çocuklarının yaşadıkları stres durumuyla baş etme gerekliliği daha da görünür olmaktadır. Ancak böyle bir noktada askeri koşulları anlamak ve çocuğun gelişim evrelerine göre gerekli desteği sağlamak konusunda aile sistem yaklaşımı ve çevresi içinde birey yaklaşımıyla sosyal hizmetin bu alanda önemli bir rol üstlenebileceği düşünülmektedir.

2. Sosyal Hizmet Perspektifinden Asker Çocuklarının Psikososyal Zorluklarının Ele Alınması

Asker aileleri dolayısı ile asker çocukları için sivil akranlardan farklı olarak psikososyal zorlukların ele alınması ve ailenin tekrarlayan döngülerde yeniden entegrasyonu gibi konularda profesyonel destek olunması önemli bir ihtiyaçtır. Askeri bağlamın karmaşıklığı geniş ve çeşitlidir. Bu noktada hem asker hem de

aileleri için bütüncül bir yaklaşımın kullanılması gerekmektedir. Özellikle disiplinler arası vaka yönetimi, farklı düzeylerde müdahaleleri gerektiren psikososyal zorlukların anlaşılması ve psikososyal tedavi ihtiyaçlarına karşılık sosyal adaleti gözeterek çözüm üretilmesi sosyal hizmet mesleğinin amacı ile paralellik göstermektedir. Çünkü sosyal hizmet, birey ve çevresi bağlamında, küresel bir bakış açısı ile insan farklılıklarına saygıyı temel alan ve araştırmaya dayalı bilimsel bilgi ile sosyal ve ekonomik adaleti gözetken, insan haklarını kısıtlayan koşulların önlenmesini, yoksulluğun ortadan kaldırılmasını ve tüm insanlar için yaşam kalitesinin artırılmasını amaçlamaktadır (CSWE, 2008). Askeri organizasyonların karmaşıklığı, askerlik hizmetiyle ilişkili mesleki tehlikeler ve askere bağlı stresörlerin bireyler ve aileler üzerindeki etkisi göz önüne alındığında, sistematik ve koordineli bir yöntemle çalışılması gerekmektedir (Wooten, 2015:6). Askerlik sürecinin getirdiği koşullar sıradan aile rollerinin, sorumluluklarının ve dinamiklerinin bozulmasına ve özellikle çocukları gelişimlerinin olumsuz etkilenmesine neden olabilir. Bu etkiler, asker çocuklarını dezavantajlı bir konuma getirebilir. Sosyal hizmetin, dezavantajlı bireylerin psikososyal iyilik halini artırma ve kişinin bağımsızlığına katkıda bulunma, kişinin öz yeterliliğini artırma ve aile ilişkilerinin hedefleri vardır (Tuncay ve Tekin, 2021). Bu durumda sosyal hizmet müdahalesinin temel odağı, ortaya çıkan zorluklarda asker ve aileleri için sağlık ve dayanıklılığın teşvik edilmesidir (CSWE, 2018).

Sosyal hizmet uzmanlarının çocuk refahı vakalarının doğasında var olan riskleri anlaması ve yönetmesi konusunda önemli bir geçmişi olduğu söylenebilir. Askeri hayata uyum sağlama ve stres faktörleri göz önüne alındığında, askeri koşulların anlaşılması ve bu koşulların risklerinin doğru değerlendirilmesi özellikle asker çocukları için kritik bir öneme sahiptir. Askeri bir ebeveyni olan ailelerde çocuk gelişiminin tüm alanlarını (gelişim evreleri, okula karşı tutumlar, arkadaşlıklar, benlik saygısı, ruhsal sağlık durumu ve riskli davranışlar) doğru değerlendirmek gerekmektedir. Basitçe söylemek gerekirse, tüm aile üyelerinin ihtiyaçlarının yeterince karşılanması ve askeri hayatın stres etkenleriyle başa çıkılması için sosyal hizmet mesleği önemli bir konumdadır.

Sosyal hizmetin ana yaklaşımlarından olan aile sistemi perspektifi, asker ailelerini ve çocuklarının deneyimlerini değerlendirmek için askeri organizasyon ve aile biriminin sürekli olan etkileşimini anlamakta yararlı olabilir. Aile sistemleri perspektifi, sistemler içindeki öğelerin organizasyonunu ve etkileşimlerini vurgulayan genel sistem teorisine dayalıdır (Bertalanffy, 1968:335). Aile sistemleri perspektifi, ailenin, kendi parçalarının toplamından daha büyük bir bütün olduğunu, aile üyelerinin birbirleri üzerinde sürekli ve karşılıklı bir etkisi olduğunu, aile üyelerinin her zaman daha geniş aile sistemi

bağlamında anlaşılması gerektiğini ifade etmektedir (Cox ve Paley, 1997:243). Örneğin asker olan ebeveyn kısa süre önce görevden gitmiş ise ve operasyonel stresle mücadele ediyorsa, diğer aile üyeleri ve çocuklar, görevlendirilen ebeveynin yaşadığı zorluklardan muhtemelen etkilenecektir. Bu etkiler karşılıklıdır ve asker olan ebeveynin evden uzaklaşması ve riskli durumda olması durumunda çocuğun vereceği tepkiler de tüm aileyi etkileyebilir. Üstelik bu türlü zorluklar ve deneyimler askerliğin getirisi olarak süregelen ve tekrarlayıcı olabilir. Ayrıca, bu etkiler ailede kolektif etkileşim yaratırken aynı zamanda aile alt sistemlerini de farklı şekilde etkileyebilir. Özellikle uzun süreli görevlerde hem çocuklara hem de aileleriyle yürütülecek psikososyal danışma hizmetlerinin onların yeni uyum mekanizmaları oluşturmalarını kolaylaştırmak için çok yönlü ve bütünlüklü olması önemlidir. Asker ailesi ve çocuğuna yönelik sosyal hizmet değerlendirmesi ve müdahalelerinde zorluklarının teşhisinden ziyade, anlaşılması önemlidir. Aile içinde değişen rollerin yanında çocuğun da rollerinin değişebileceği, duygusal ve sosyal kaygılar yaşayabileceği, diğer aile üyelerinin ruh halinden etkilenebileceği ve tepkisel davranışlar verebileceği unutulmamalıdır. Bu durum asker çocukları ile çalışmada iyi bir psikososyal uygulamanın içerisinde müdahale esnekliği sunan aile sistem yaklaşımının tüm ailesel ve ilişkisel süreçlerin anlaşılmasına destek verebilir. Ayrıca sosyal hizmetin koruyucu, önleyici, iyileştirici ve geliştirici işlevleri ve amaçları, mevcut sorunların anlaşılmasına ve çözümüne katkı sağlamaktadır.

Aile sistemleri perspektifi, bireylerin aile içindeki karşılıklı ilişkilerine odaklanıp aileyi anlamada iyi bir çerçeve sunsa da, ekolojik çerçeve (Bronfenbrenner ve Morris, 1998:993), odağını sadece aileler içindeki işlemler için değil, aynı zamanda asker ailelerinin içinde bulunduğu daha büyük sistemleri ve ailelerin bu sistemlerle etkileşimlerinin deneyimlerini nasıl şekillendirdiğini içerecek şekilde genişletmiştir. Bu tür deneyimler asker ailesinin, askeri ve sivil topluluklarla, çocukların okulları gibi ailelerin etkileşimde olduğu sistemler bağlamında ortaya çıkmaktadır. Böylece sosyal hizmet uzmanı, asker çocuklarına destek sağlamada birçok ekolojik katmanı ve yöntemini derinlemesine incelemenin yollarını tanımaktadır (Astor ve Benbenishty, 2014:5).

Askerlik kültüründe vatan görevinin önceliğinin içselleştirilmiş bir gerçeklik olduğu aşikardır. Asker ailelerinde uzun süreli görevlerde yaşanan duygusal, sosyal zorlukların ve aile içi ilişkiler ile çocuğun ebeveyn ve hatta kardeş ilişkilerinde yol açtığı zorluklar askeri kültürün aile içine yerleştirmiş olduğu metanetli ve güçlü aile misyonu ile gölgelenmesine neden olabilir. Asker eşi ve çocuğu olmak hem bir asker olarak dayanıklı olmayı hem de aile içi rol ve sorumluluklarda aktif olmayı gerekli hale getirebilmektedir. Askeri kültürün

sosyal, ekonomik, siyasal, tarihsel koşullara göre oluşan gerçekliği ile bu sürecin içinde asker ailesi ve dolayısı ile doğduğu andan itibaren bu kültüre maruz kalan asker çocuklarının tüm değişikliklerden etkilendiği açıktır. Bu durumda askeri kültürün hem etkileyen hem etkilenen olarak sosyal hizmet uzmanları tarafından kültürel yetkinlikle anlaşılmasında ekolojik yaklaşım daha da önem kazanmaktadır. Sosyal hizmet uzmanlarının ihtiyaç duyduğu temel bilgi, bu nüfusun karşılaştığı fırsatlara ve zorluklara, özellikle görevlendirmelerin aile üzerindeki etkilerine ilişkin temel bir anlayışa sahip olmayı ve ayrıca asker aileleriyle çalışmak için uygulama standartlarının farkındalığını da içermektedir (NASW, 2012). Sosyal hizmet uzmanları asker çocukları ile mesleki çalışmaları sırasında, çocuğun gelişim evrelerine uygun biçimde ailesi ile birlikte sorun çözme ve baş etme beceresini artırma, riskli davranışları öngörebilme, aile işlevselliğini artırma ve aile uyumu ve sosyal uyumu artırmada mikro, mezzo ve makro düzeylerde askerliğin getirdiği farklı bağlamlarla çalışabilir. Çocuk ve asker ailesini geliştirme için danışmanlık, eğitim, savunuculuk, kaynaklara erişim ve politika geliştirme gibi rollerin kullanılması da mümkündür.

SONUÇ

Askerlik, zorlu görevler ve yaşam koşulları ile karakterizedir. Bu koşullar asker eşleri ve çocuklarını da farklı boyutlarda etkilemekte ve bu süreç çocukların farklı birçok psikososyal stres yaşamalarına neden olabilmektedir. Bu sorunların ve stres kaynaklarının, her ne kadar kapalı bir grup olarak görülen askeri toplumu etkilediği düşünülse de sivil bağlamları da etkilediğini söylemek mümkündür. Çözüm yollarını geliştirebilmek için var olan zorlukları ve riskleri anlamak önemlidir. Bu anlayışı geliştirmede sosyal hizmetin ana yaklaşımları arasında olan aile sistemleri perspektifi ve ekolojik yaklaşım önemli bir çerçeve sunmaktadır. Asker çocuklarının şimdiki ve gelecekteki yaşantısının sağlıklı hale gelmesinde sosyal hizmete önemli görev ve roller düşmektedir.

Sosyal hizmet uzmanlarının, asker çocukları ile sosyal hizmet müdahalesini gerçekleştirmeden önce, askeri kültür ve ihtiyaçlarını anlama konusunda yetkin olmaları gerekmektedir. Sosyal hizmet uzmanları, asker çocukları ile çalışabilme becerilerine de sahip olmalıdır. Asker ailelerini desteklemek için toplum içindeki kaynakları ve bunları nasıl koordine edeceklerini de anlamalıdır. Sosyal hizmet uzmanları, mesleki bilgi, beceri ve değerlerini eklektik bir şekilde kullanarak, askerlere, asker eşlerine ve asker çocuklarına bütüncül bir yaklaşımla müdahaleler gerçekleştirmeli, onların süreç içinde yaşadıkları zorlukları ve duyguları anlamalıdır. Ayrıca askerlik sürecinin savaş şartları ile birleştiği durumlarda, sosyal hizmet uzmanlarının, asker ailesi ve çocuklarına yönelik gerçekleştirilebilecekleri müdahalelerinin çok yönlü olabileceğini unutmamaları

önemlidir. Tüm bu süreçlerde, bireyin biricikliğini önceleyen sosyal hizmet bakış açısı ile bireye özgü müdahale biçiminin benimsenmesi de önemlidir. Sosyal hizmet uzmanları askerliğin tüm süreçlerinde (çatışma, görevlendirme vd.) asker çocuklarını güçlendirme konularını ele almaya da hazır olmalıdır. Sosyal hizmet uzmanları çocukların gelişim evrelerini ve bu evrelere uygun tepkileri tanımalı, asker aileleri ve çocuklarının sorunlarını ve zorluklarını ifade etmesi konusunda teşvik edici olmalıdır.

KAYNAKÇA

- Acion, L., Ramirez, M. R., Jorge, R. E., ve Arndt, S. (2013). Increased risk of alcohol and drug use among children from deployed military families. *Addiction*, 108(8), 1418-1425.
- Alfano, C. A., Lau, S., Balderas, J., Bunnell, B. E., ve Beidel, D. C. (2016). The impact of military deployment on children: Placing developmental risk in context. *Clinical Psychology Review*, 43, 17-29.
- Aranda, M. C., Middleton, L. S., Flake, E., ve Davis, B. E. (2011). Psychosocial screening in children with wartime-deployed parents. *Military Medicine*, 176(4), 402-407.
- Aronson, K. R., ve Perkins, D. F. (2013). Challenges faced by military families: Perceptions of United States Marine Corps school liaisons. *Journal of Child and Family Studies*, 22, 516-525.
- Astor, R. A., ve Benbenishty, R. (2014). Supporting military-connected students: The role of school social work. *Children ve Schools*, 36(1), 5-7.
- Barker, L. H., ve Berry, K. D. (2009). Developmental issues impacting military families with young children during single and multiple deployments. *Military medicine*, 174(10), 1033-1040.
- Bertalanffy, L. V. (1968). General systems theory as integrating factor in contemporary science. *Akten des XIV. Internationalen Kongresses für Philosophie*, 2, 335-340.
- Bradshaw, C. P., Sudhinaraset, M., Mmari, K., ve Blum, R. W. (2010). School transitions among military adolescents: A qualitative study of stress and coping. *School Psychology Review*, 39(1), 84-105.
- Bronfenbrenner, U., ve Morris, P. A. (1998). The ecology of developmental processes. In W. Damon ve R. M. Lerner (Eds.), *Handbook of child psychology: Theoretical models of human development* (pp. 993-1028).
- Burrell, L. M., Adams, G. A., Durand, D. B., ve Castro, C. A. (2006). The impact of military lifestyle demands on well-being, army, and family outcomes. *Armed Forces ve Society*, 33(1), 43-58.
- Burrell, L., Adams, G. A., Durand, D., ve Castro, C. A. (2010). Families facing the demands of military life: New research directions. *The 71F Advantage*, 373.
- Card, N. A., Bosch, L., Casper, D. M., Wiggs, C. B., Hawkins, S. A., Schlomer, G. L., ve Borden, L. M. (2011). A meta-analytic review of internalizing, externalizing, and academic adjustment among children of deployed military service members. *Journal of Family Psychology*, 25(4), 508.
- Chartrand, M. M., Frank, D. A., White, L. F., ve Shope, T. R. (2008). Effect of parents' wartime deployment on the behavior of young children in military

families. *Archives of pediatrics ve adolescent medicine*, 162(11), 1009-1014.

CSWE (Council on Social Work Education). (2008). Educational policy and accreditation standards. Erişim adresi: <https://www.cswe.org/Accreditation/Standards-and-Policies/2008-EPAS>

CSWE (Council on Social Work Education). (2018). Specialized practice curricular guide for military social work. Erişim adresi: <https://cswe.org/Education-Resources/2015-Curricular-Guides/Military-Social-Work>

Cox, M. J., ve Paley, B. (1997). Families as systems. *Annual review of psychology*, 48(1), 243-267.

Cozza, S. J., Chun, R. S., ve Polo, J. A. (2005). Military families and children during Operation Iraqi Freedom. *Psychiatric quarterly*, 76, 371-378.

Cramm, H., McColl, M. A., Aiken, A. B., ve Williams, A. (2019). The mental health of military-connected children: a scoping review. *Journal of child and family studies*, 28, 1725-1735.

Daigle, P. (2015). On the homefront: assessing the well-being of Canada's military families in the new millennium [special report to the Minister of National Defence]. Ottawa: Office of the Ombudsman, *National Defence and Canadian Forces*; 2013.

Davis, J. M., ve Finke, E. H. (2015). The experience of military families with children with autism spectrum disorders during relocation and separation. *Journal of Autism and Developmental Disorders*, 45, 2019-2034

Dayton, C. J., Walsh, T. B., Muzik, M., Erwin, M., ve Rosenblum, K. L. (2014). Strong, safe, and secure: Negotiating early fathering and military service across the deployment cycle. *Infant Mental Health Journal*, 35(5), 509-520.

De Girolamo, G., Dagani, J., Purcell, R., Cocchi, A., ve McGorry, P. D. (2012). Age of onset of mental disorders and use of mental health services: needs, opportunities and obstacles. *Epidemiology and psychiatric sciences*, 21(1), 47-57.

DeGraff, A. N., O'Neal, C. W., ve Mancini, J. A. (2016). The significance of military contexts and culture for understanding family well-being: Parent life satisfaction and adolescent outcomes. *Journal of Child and Family Studies*, 25, 3022-3033.).

Drummet, A. R., Coleman, M., ve Cable, S. (2003). Military families under stress: Implications for family life education. *Family relations*, 52(3), 279-287.

- Flake, E. M., Davis, B. E., Johnson, P. L., ve Middleton, L. S. (2009). The psychosocial effects of deployment on military children. *Journal of Developmental ve Behavioral Pediatrics*, 30(4), 271-278.
- Gilligan, R. (2004). Promoting resilience in child and family social work: Issues for social work practice, education and policy. *Social Work Education*, 23(1), 93-104.
- Gorman, G. H., Eide, M., ve Hisle-Gorman, E. (2010). Wartime military deployment and increased pediatric mental and behavioral health complaints. *Pediatrics*, 126(6), 1058-1066.).
- Hall, L. K. (2011). The importance of understanding military culture. *Social work in health care*, 50(1), 4-18.
- Hawkins, S. A., Condon, A., Hawkins, J. N., Liu, K., Ramirez, Y. M., Nihill, M. M., ve Tolins, J. (2018). What we know about military family readiness: Evidence from 2007-2017. *Research Facilitation Laboratory, Army Analytics Group. USA*.
- Hill, S., Lee, E. A., ve Cramm, H. (2022). "If You Don't Know Who They Are, You Don't Know How to Support Them": A Qualitative Study Exploring How Educators Perceive and Support Canadian Military-Connected Students. *Canadian Journal of Education*, 45(3), 646-669.
- Huebner, A. J., ve Mancini, J. A. (2005). Adjustments among adolescents in military families when a parent is deployed. *Final report to the military family research institute and department of defense quality of life office*, 1-50.
- Institute of Medicine (US). (2013). Chapter 6: Military Family. PP. 257-330. *Returning home from Iraq and Afghanistan: Assessment of readjustment needs of veterans, service members, and their families*. National Academies Press.)
- Johansen, R. B., Laberg, J. C., ve Martinussen, M. (2013). Measuring military identity: Scale development and psychometric evaluations. *Social Behavior and Personality: an international journal*, 41(5), 861-880.)
- Kaplow, J. B., Layne, C. M., Saltzman, W. R., Cozza, S. J., ve Pynoos, R. S. (2013). Using multidimensional grief theory to explore the effects of deployment, reintegration, and death on military youth and families. *Clinical child and family psychology review*, 16(3), 322-340. <https://doi.org/10.1007/s10567-013-0143-1>
- Kavanagh, J. (2005). *Stress and Performance A Review of the Literature and its Applicability to the Military*. (PP 1-86) Rand Corp Santa Monica Ca.

- Lane, J., & Wallace, D. (2020). Australian military and veteran's mental health care part 1: an introduction to cultural essentials for clinicians. *Australasian Psychiatry*, 28(3), 267-269.
- Leskin, G. A., Garcia, E., D'Amico, J., Mogil, C. E., ve Lester, P. E. (2013). Chapter 24: Familycentered programs and interventions for military children and youth. *Handbook of military social work*, Edt: Rubin, Allen / Weiss, Eugenia L. / Coll, Jose E. (John Wiley ve Sons, Inc) 427-441.
- Lester, P., Flake, E. (2013). How wartime military service affects children and families. *The Future of Children*, 23(2), 121-141.
- Levetown, M., ve Committee on Bioethics. (2008). Communicating with children and families: from everyday interactions to skill in conveying distressing information. *Pediatrics*, 121(5), e1441-e1460.
- Lyle, D. S. (2006). Using military deployments and job assignments to estimate the effect of parental absences and household relocations on children's academic achievement. *Journal of Labor Economics*, 24(2), 319-350.
- Mansfield, A. J., Kaufman, J. S., Engel, C. C., ve Gaynes, B. N. (2011). Deployment and mental health diagnoses among children of US Army personnel. *Archives of pediatrics ve adolescent medicine*, 165(11), 999-1005.
- Meyer, E. G. (2015). The importance of understanding military culture. *Academic Psychiatry*, 39, 416-418.
- Meyer, E. G., ve Wynn, G. H. (2018). The importance of US military cultural competence. *Military and veteran mental health: A comprehensive guide*, 15-33.
- Mmari, K., Roche, K. M., Sudhinaraset, M., ve Blum, R. (2009). When a parent goes off to war: Exploring the issues faced by adolescents and their families. *Youth ve Society*, 40(4), 455-475.
- National Academies of Sciences, Engineering, and Medicine. 2013. Returning Home from Iraq and Afghanistan: Assessment of Readjustment Needs of Veterans, Service Members, and Their Families. Washington, DC: The National Academies Press. <https://doi.org/10.17226/13499>
- National Association of Social Workers. (2012). *NASW standards for social work practice with service members, veterans, ve their families*. National Association of Social Workers.
- O'Neal, C. W., Richardson, E. W., Mancini, J. A., ve Grimsley, R. N. (2016). Parents' early life stressful experiences, their present well-being, and that of their children. *American Journal of Orthopsychiatry*, 86(4), 425.
- Paris, R., DeVoe, E. R., Ross, A. M., ve Acker, M. L. (2010). When a parent goes to war: effects of parental deployment on very young children and

- implications for intervention. *American journal of orthopsychiatry*, 80(4), 610.
- Pye, R. E., ve Simpson, L. K. (2017). Family functioning differences across the deployment cycle in British army families: The perceptions of wives and children. *Military medicine*, 182(9-10), e1856-e1863.
- Reed, S. C., Bell, J. F., ve Edwards, T. C. (2011). Adolescent well-being in Washington state military families. *American journal of public health*, 101(9), 1676-1682.
- Riggs, D.S., Mallonee S. (2017). Barriers to Care for the Complex Presentation of Post-traumatic Stress Disorder and Other Post-combat Psychological Injuries. In *Handbook of Military Psychology* (pp. 33-44). Springer, Cham
- Richardson, A., Chandra, A., Martin, L. T., Setodji, C. M., Hallmark, B. W., Campbell, N. F., ve Grady, P. (2011). Effects of soldiers deployment on childrens academic performance and behavioral health. Santa Monica, CA: RAND.
- Ridings, L. E., Moreland, A. D., ve Petty, K. H. (2019). Implementing trauma-focused CBT for children of veterans in the VA: Providing comprehensive services to veterans and their families. *Psychological Services*, 16(1), 75.
- Ruff, S. B., ve Keim, M. A. (2014). Revolving Doors: The impact of multiple school transitions on military children. *Professional Counselor*, 4(2), 103-113.
- Schuh, A. L., Kees, M., Blow, A., ve Gorman, L. (2016). The special case of civilian service members: Supporting parents in the National Guard and Reserves. *Parenting and children's resilience in military families*, 93-107.
- Siegel, B. S., Davis, B. E., ve Committee on Psychosocial Aspects of Child and Family Health and Section on Uniformed Services. (2013). Health and mental health needs of children in US military families. *Pediatrics*, 131(6), e2002-e2015.
- Swedean, S. K., Gonzales, M. V., Zickefoose, B. A., Bush, A. C., Davis, J. M., Elrod, D. C., ve Hsieh, D. T. (2013). Recurrent headache in military-dependent children and the impact of parent deployment. *Military medicine*, 178(3), 274-278.
- Tuncay, T., ve Tekin, H. H. (2021). Sosyal hizmet mesleğinin ABC'si. *Ankara: Nika*.
- Van IJzendoorn M. H., ve Bakermans-Kranenburg M. J. (2019). Bridges across the intergenerational transmission of attachment gap. *Current Opinion in Psychology*. 25:31-36.
- Walsh, T. B., Dayton, C. J., Erwin, M. S., Muzik, M., Busuito, A., ve Rosenblum, K. L. (2014). Fathering after military deployment: Parenting challenges

and goals of fathers of young children. *Health ve Social Work*, 39(1), 35-44.

Wessel, M. A. (2003). The primary pediatrician's role when a death occurs in a family in one's practice. *Pediatrics in Review*, 24(6), 183-185.

Williams, A., Cramm, H., Khalid-Khan, S., Reddy, P., Groll, D., Rühland, L., ve Hill, S. (2022). Mental health of Canadian children growing up in military families: The child perspective. *Armed Forces ve Society*, 0(0)

Williams, A., Richmond, R., Khalid-Khan, S., Reddy, P., Groll, D., Rühland, L., ve Cramm, H. (2023). Mental health of Canadian children growing up in military families: The parent perspective. *Acta Psychologica*, 235, 103887.

Wooten, N. R. (2015). Military social work: Opportunities and challenges for social work education. *Journal of Social Work Education*, 51(sup1), S6-S25.

Yalçın, B. (2018). *Algılanan örgütsel destek ve sosyal desteğin yaşam tatminine etkisi: TSK mensubu rütbeli gaziler üzerinde bir araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Çankaya Üniversitesi.

17. Bölüm

Türkiye’de Devlet Tarafından KOBİ’lere Sağlanan Hibe ve Destekler: Afyonkarahisar Örneği¹

Gözde UÇAR²
Tuğrul KANDEMİR³

1 Bu çalışma Prof. Dr. Tuğrul KANDEMİR danışmanlığında Gözde UÇAR tarafından hazırlanarak Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü tarafından kabul edilen “KOBİ’lere Yönelik Devlet Desteklerinden Faydalanma ve Memnuniyet Algısı: Afyonkarahisar’da Bir Uygulama” başlıklı Yüksek Lisans Tezinden faydalanılarak hazırlanmıştır.

2 Öğr. Gör. Dr., Kastamonu Üniversitesi Finans, Bankacılık ve Sigortacılık,
gserezli@kastamonu.edu.tr, Kastamonu – Türkiye, ORCID: 0000-0003-0573-839X

3 Prof. Dr., Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF, kandemir@aku.edu.tr, Afyonkarahisar – Türkiye,
ORCID: 0000-0002-3544-7422

Özet

Bu çalışmanın amacı KOBİ'lerin kendilerine sunulan devlet destekleri hakkında ne derece bilgi sahibi olduklarını, desteklerden faydalanma durumlarını, faydalanılmış ise memnuniyet düzeylerini ve faydalanma düşünülüyorsa bunların nedenlerini tespit etmektir. Bu kapsamda bir anket formu düzenlenerek Afyonkarahisar Merkez Organize Sanayi Bölgesinde faaliyet gösteren 99 KOBİ'nin yöneticisi/işletme sahibine yüzyüze görüşme yoluyla uygulanmıştır. Anket yoluyla elde edilen veriler IBM SPSS istatistik programında analiz edilmiştir. Verilerin analizi için Frekans analizi, Bağımsız Örneklem T-Testi ve One Way ANOVA testi gibi istatistiksel tekniklerden yararlanılmıştır. Analizler sonucunda Afyonkarahisar'da faaliyet gösteren KOBİ'lerin en sık olarak nitelikli eleman istihdam edememe yönünde sorunla karşılaştığı, destek programları hakkındaki bilgi düzeylerinin ve desteklerden faydalanma durumlarının yetersiz olduğu, faydalanmama nedenlerinin çoğunlukla destek tanıtımlarındaki eksikliklerden, destek başvuru sürecindeki karmaşıklıktan ve bürokratik engellerden kaynaklandığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: KOBİ, Devlet Destekleri, Hibe, KOBİ'lerin Sorunları.

Abstract

The purpose of this study is to determine to what extent SMEs have knowledge about the state supports offered to them, their status of benefiting from the supports, their level of satisfaction if they are used, and the reasons for them if they are not considered. In this context, a questionnaire was prepared and applied to the managers/business owners of 99 SMEs operating in Afyonkarahisar Central Organized Industrial Zone through face-to-face interviews. The data obtained through the questionnaire were analyzed in the IBM SPSS statistical program. Statistical techniques such as Frequency analysis, Independent Sample T-Test and One Way ANOVA test were used for data analysis. As a result of the analyzes, it has been determined that SMEs operating in Afyonkarahisar most frequently encounter problems in terms of not employing qualified personnel, their level of knowledge about support programs and their use of supports are insufficient, and the reasons for not benefiting are mostly due to deficiencies in support promotions, complexity in the support application process and bureaucratic obstacles.

Keywords: SME, Governmental Assistance, Donation, Problems of SMEs.

GİRİŞ

Günümüzde KOBİ'lerin ekonomik ve stratejik açıdan önemi dünya çapında anlaşılmıştır. Gelişmekte olan ülkemizde toplam işletmeler içindeki payı %99,9 olan KOBİ'ler, büyük işletmelere girdi ve ara malı temin etme, ülke istihdamına katkıda bulunma, ekonomik katma değer yaratma, bölgeler arasındaki gelir dengesini sağlama rolleriyle günümüzde ekonomilerin dinamik unsuru haline gelmiştir (Türkoğlu ve Çelikkaya, 2011).

Ülkelerin geleceği açısından ekonomilerin gelişmesinde ve kalkınmasında önemli rolleri olan KOBİ'lere yönelik belirlenen politika ve stratejiler doğrultusunda bu işletmelerin desteklenmesi ve geliştirilmesi büyük önem kazanmıştır (Erdil ve Kalkan, 2005: 104). Bugün Türkiye'de KOBİ'lerin her anlamda desteklenmesi konusuna devlet tarafından büyük önem verilmektedir. KOBİ'lerin yaşam döngülerini yıllarca sürdürebilmeleri ve büyümeleri hem ülkenin kalkınma hedeflerine hem de girişimcinin ekonomik refahına katkı sağlamaktadır.

Kuluçka dönemini geride bırakmış iş fikirlerinin üretim faktörleriyle birleşerek hayata geçmesiyle genellikle ilk aşamada KOBİ statüsünde birim meydana gelmektedir. KOBİ'ler zamanla faaliyetlerini artırarak büyüme olanağına sahipken, faaliyetlerini azaltmadan karlılığı sağlayarak mevcut statülerini de koruyabilmektedirler. Mevcut statünün korunması faaliyetlerin etkinliği kadar ülkenin ekonomik konjonktürel yapısıyla da ilişkili olmaktadır. Özellikle ülkede yaşanabilecek krizler ya da olağanüstü ekonomik sarsıntılar büyük ölçekli işletmelere kıyasla KOBİ'leri daha olumsuz etkilemektedir. Bu gibi durumlarda çoğu KOBİ faaliyetlerini durdurma kararı da alabilmektedir. Örneğin 2019 yılında tüm dünyaya yayılmasıyla pandemi olarak ilan edilen ve etkileri 2-3 yıl süren COVID-19 salgını dünyadaki tüm işletmelerin faaliyetlerini olumsuz etkilemiştir. Ülkemizde ilk olarak Mart 2019'da görülen COVID-19 salgını büyük/küçük her ölçekteki işletmeyi zarara uğratmıştır. Özellikle KOBİ'ler küçük ölçekleri, kısıtlı sermayeleri, borçlanmaya yoğunlaşmış sermaye yapıları, tedarik ve tahsilat sorunları dolayısıyla bu krizden daha fazla yara almışlardır. Ülkemizde COVID-19 etkisine maruz kalan birçok KOBİ hali hazırda mücadele ettiği sorunların yanında mevcut durum kaynaklı sıkıntılarını da aşamayıp faaliyetlerini durdurmak zorunda kalmıştır. Pandeminin ardından geçilen toparlanma sürecinde devlet KOBİ'lerin yeniden hayata tutunması ve faaliyetlerini canlandırması amacıyla birçok ekonomik destek paketi açıklamıştır. Ülke ekonomisinin yeniden canlanmasının KOBİ'lerin faaliyette ve etkin olmasıyla mümkün olacağı teorisi bu zorlu süreçte de devlet tarafından göz ardı edilmeyen bir strateji olmuştur.

KOBİ'ler geçmişten bugüne kadar birden fazla sorunla mücadele etmektedir. KOBİ'lerin büyük işletmelere kıyasla daha küçük yapıda ve daha az ekonomik kazanca sahip olmaları, genellikle aile işletmesi statüsünde olmaları, sahiplerinin tecrübe eksikliği, sermaye yetersizliği ya da sermayeye ulaşım zorlukları, teknolojik altyapı sorunları, profesyonel eleman istihdamının yetersizliği gibi sorunlar bu işletmelerin ayakta kalmalarını zorlaştırmaktadır. Özellikle olağanüstü ya da ekonominin çalkantılı olduğu dönemlerde hali hazırda birden fazla problemle başa çıkmaya çalışan KOBİ'ler bu durumdan olumsuz yönde daha fazla etkilenmektedir. Bu bağlamda KOBİ'lerin sorunlarının üstesinden gelerek sürdürülebilir büyümeye ve kalkınmaya destek olmaları ülkeler açısından stratejik bir konu olmaktadır. Her ülke kendi KOBİ'lerini devlet eliyle desteklemek adına çeşitli imkanlar sunmaktadır. Devlet tarafından KOBİ'lere finansman, eğitim ve danışmanlık, teknoloji, pazarlama, işgücü, araştırma-geliştirme (Ar-Ge), ihracat gibi her alanda hibe ve destekler sağlanmaktadır.

Özellikle günümüz dünyasında KOBİ gibi dinamik ekonomileri kaldırmak, ayakta tutmak ve rekabet edebilir düzeye erdirmek amaçlarıyla çeşitli devlet destekleri arz edilmektedir. Bu çerçevede Yıldız (2013) çalışmasında KOBİ'lerin ekonomik ve sosyal anlamda üstlendikleri rolleriyle birlikte artan öneminin devletler tarafından gözetildiğine ve bu yönde çeşitli KOBİ destek politikaları geliştirildiğine dikkat çekmiştir. Aynı şekilde Solmaz (2014) çalışmasında gelişmiş ülkelerde devlet desteklerinin genellikle geri kalmış bölgeleri kaldırmak, bu bölgelerde verimliliği artırmak ve işsizliği azaltmak gibi iyileştirici girişimlerde bulunmak amaçlarıyla yapıldığına değinmiştir. Devamında ise gelişmekte olan ülkelerde devlet desteklerinin sanayiye geliştirme, geri kalmış bölgeleri kaldırma, uluslararası rekabet edebilme, ihracatı artırma, verimlilik ve istihdamı artırma gibi amaçlarla yönlendirildiğini ifade etmiştir.

Literatür incelendiğinde sonuçlar genellikle KOBİ'lerin destek veren kurumlar ve programlarından yeterince haberdar olmadıkları, destek programlarına başvurulardaki prosedürlerin karmaşık olduğu, destek tanıtım faaliyetlerinde eksikliklerin bulunduğu, desteklerden yeterince faydalanmadıkları, desteklerin işlevsel olarak algılanmadığı ve yetersiz bulunduğu şeklinde yoğunlaşmıştır. Bu çalışmada Türkiye'de devlet tarafından KOBİ'lere sağlanan hibe ve desteklerin Afyonkarahisar KOBİ'leri tarafından kullanım ve memnuniyet durumları ölçülmüştür. Bu çerçevede Afyonkarahisar Organize Sanayi Bölgesinde faaliyet gösteren KOBİ'lere yüzyüze anket yoluyla uygulama yapılarak hibe ve destekler konusundaki genel algıları, bilgi düzeyleri, desteklerden yararlanıp yararlanmama durumları, yararlanmaları durumundaki memnuniyet düzeyleri ve yararlanmama tercihleri altında yatan sebepler ölçülmüştür. KOBİ'lere yönelik sunulan devlet hibe ve desteklerinin

Afyonkarahisar’da istenilen düzeyde olup olmadığı, ildeki işletmelere ulaşılabilirliği ve fayda sağlayıp sağlamadığı konusunda öngörülerde bulunularak desteklerin etkinliği açısından önerilerde bulunulmuştur.

1. Kavramsal Çerçeve

1.1. KOBİ Tanımı

Küçük ve orta ölçekli işletme (KOBİ) tanımları ülkeler bağlamında değişiklik göstermekle birlikte bazen bir ülke içerisinde çeşitli kurum ve kuruluşlar tarafından da farklı olarak tanımlanabilmektedir. Ortak bir tanıma varılamamasının en önemli sebepleri, tanım içindeki özelliklerin kurumların belirledikleri ölçütlere uygun olarak yapılması, ülkelerin gelişmişlik düzeylerinin, sektörlerin ve ekonomilerin büyüklüğünün farklılık göstermesidir. Ülkeler ekonominin yapıtaşı olan KOBİ’lerin ekonomiye olan katkılarını artırmak ve onları iç pazarda rekabet edebilir düzeye getirebilmek için çeşitli destek programları sunmaktadır. Ayrıca ülkeler tarafından destek programları için sağlanacak kaynakların miktarının ve büyüklüğünün belirlenmesi amacıyla KOBİ tanımının çerçevesi çizilmektedir (Eker, 2011: 15).

Türkiye’de 2005 yılına kadar çeşitli kurum ve kuruluşlar kendi kıstaslarına uygun tanımlamalar yapmıştır. Dolayısıyla ülkede ortak bir KOBİ tanımı yapılması söz konusu olmamıştır. Ancak Avrupa Birliği (AB) üyelik sürecinde ülkemizde tüm kurum ve kuruluşlar için geçerli olacak, AB mevzuatına uyumlu olarak çalışan sayısı, satış hasılatı ve bilançoyu ölçüt alan genel kabul görmüş bir KOBİ tanımı yapılmıştır. Bu bağlamda Bakanlar Kurulu’nun 19.10.2005/9617 sayılı kararı ile 18.11.2005 tarihinde Resmî Gazetede Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Tanımı, Nitelikleri ve Sınıflandırılması Hakkında Yönetmelik yayınlanmıştır. 18 Mart 2022 tarihinde Yönetmelikte yapılan güncellemeye göre KOBİ “ikiyüzelli kişiden az yıllık çalışan istihdam eden, yıllık net satış hasılatı ya da mali bilançosu ikiyüzelli milyon Türk lirasını aşmayan işletmeler” olarak tanımlanmaktadır (Resmî Gazete, 2005: madde 4/b). Ayrıca KOBİ’ler kendi içinde mikro işletme, küçük işletme ve orta büyüklükteki işletme olarak sınıflandırılmaktadır. Çalışan sayılarına ve yıllık cirolara göre yapılan sınıflandırma Tablo 1’de sunulmuştur.

Tablo 1: KOBİ'lerin Sınıflandırılması

	Çalışan Sayısı	Yıllık Net Satış Hasılatı/Bilanço (TL)
Mikro işletme	< 10	≤ 5 milyon
Küçük işletme	< 50	≤ 50 milyon
Orta büyüklükteki işletme	< 250	≤ 250 milyon

Kaynak: Resmi Gazete, 2005: madde 5a, 5b, 5c.

Her ülkenin kendi sınırlarına ve şartlarına göre yapmış olduğu KOBİ tanımlaması mevcuttur. Bu tanımlamalar ülke içindeki kurum ve kuruluşlar tarafından sektör ve büyüklüklerine yönelik öncelikler baz alınarak farklı içerikte oluşturulabilmektedir. KOBİ'ler faaliyet gösterdikleri sektöre göre farklılık gösterdiğinden tanımlamada kıstas alınacak ölçütlerin sektöre uyumlu olarak belirlenmesi gerekmektedir.

1.2. KOBİ'lerin Üstün Yönleri

KOBİ'ler küreselleşmenin etkisiyle ve AB'ye uyum sürecinde birbirleriyle ve büyük işletmelerle rekabete uyum sağlama konusunda güçlüklerle karşılaşmışlardır. Rekabet dezavantajının yanı sıra KOBİ'lerin büyük ölçekli işletmelere kıyasla yapılarından kaynaklanan bazı avantajları da vardır. Bu çerçevede KOBİ'lerin üstün yönlerini aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür (Karakoç, 2010: 20-24; Zengin, 2010: 62).

- ✓ KOBİ'lerin esneklikleri fazladır. Yeni taleplere ve teknolojilere kolayca uyum sağlayabilirler.
- ✓ Müşteri sayıları büyük işletmelere kıyasla az olduğu için müşteri ile iyi ilişkiler kurulabilir. Bununla birlikte çalışan sayısı az olduğundan işçi-işveren ilişkileri daha yakın ve samimidir. İşletme bünyesinde bürokrasi az olup işletmenin kontrolü ve denetimi daha kolaydır.
- ✓ Daha az yatırımla daha çok üretim ve farklılaştırılmış ürün sağlamaktadırlar.
- ✓ Emek yoğun teknolojilerle çalışarak ve düşük vasıflı personel istihdam ederek işsizliğin azalmasına katkıda bulunurlar.
- ✓ Büyük işletmeler tarafından cazip olarak görülmeyen küçük pazarları hedef seçerek buralardan yüksek kar elde etmeyi amaçlarlar.
- ✓ Genelde işletme sahibi işi yönetir ve işe daha çok sahip çıkar. Dolayısıyla işletmede karar alma süreci daha hızlıdır.
- ✓ Standardizasyon yerine sipariş temelli çalışarak stok maliyetinden kurtulabilirler.

- ✓ KOBİ'ler düşük tutarlı ve ileri teknolojiye olmayan yatırımlara yöneldiklerinden dolayı ekonomik dalgalanmalara göre, küçülme, büyüme, ürün yenileme ve değiştirme hatta sektör değiştirme yönünde kararlar alabilir. Esnek yapıları dolayısıyla ekonomik dalgalanmalardan daha az etkilenebilmektedirler.
- ✓ Çalışma tarzları monoton ve sıkıcı değildir.
- ✓ Kullandıkları girdilerin büyük çoğunluğunu yurtiçi kaynaklardan sağlarlar ve bu sayede ülke ekonomisinin dışa bağımlılığının azalmasına yardımcı olurlar.
- ✓ Büyük işletmelerin kullandıkları hammadde, yarı mamul, yardımcı malzeme ve işletme malzemesi gibi girdileri üreterek büyük işletmelere yan sanayi oluşturur ve onların tamamlayıcısı rolünü üstlenir.
- ✓ KOBİ'ler diğer ülkelerde olduğu gibi Türkiye'de de ekonomi içindeki büyük payı, sağladığı katma değer, istihdam imkânı, dinamizmleri, başarıları ve canlılıklarıyla ekonominin ve kalkınmanın temelini oluşturmaktadırlar.

1.3. KOBİ'lerin Zayıf Yönleri

KOBİ'lerin büyük işletmelere göre avantajlı sayılabileceği durumların haricinde bazı dezavantajları da mevcut olup aşağıda ifade edilmiştir (Akgemci, 2001: 16; Müftüoğlu, 1991: 62, 64 Müftüoğlu ve Durukan, 2004; 64-67):

- ✓ KOBİ'lerde stratejik kararların işletmenin sahipleri tarafından alınması sebebiyle çalışanların karar alımına tam katılımı sağlanamamaktadır. Bu durum genel yönetim faaliyetlerinde bir yetersizliğe yol açabilmektedir.
- ✓ KOBİ'lerde özsermaye yetersizliği mevcuttur. Yanı sıra sermayeye ulaşım ya da kredi temininde büyük işletmelere göre olumsuz şartlara sahiptirler.
- ✓ Kalifiye eleman sağlama, uzman finans ekibi veya mali danışman istihdam etme konusunda sıkıntı yaşamaktadırlar.
- ✓ Sermaye piyasası olanaklarından yararlanma yolu KOBİ'lere genellikle kapalıdır. Bağımsızlık isteği dolayısıyla ortaklık veya iş birliği konusuna sıcak bakmamaktadırlar. Bu durum işletmecilikteki sinerjiyi azaltmaktadır.
- ✓ KOBİ'ler sermaye yetersizliğinden dolayı modern pazarlama araçlarından da yeterince yararlanamamaktadırlar. Düzenli bir piyasa araştırması yapılamadığından pazarlama kararları işletme sahibi tarafından sezgisel ve tecrübelerle dayanılarak verilmektedir.
- ✓ İşletme sahipleri kişisel varlıklarıyla sorumludur ve iflas etme riskiyle karşı karşıyadır.

- ✓ Dış pazara girme maliyetinin yüksekliği, yetersiz network ve yabancı ülke mevzuatına hâkim olamama gibi engellerden dolayı KOBİ'lere ihracat pazarları çoğu zaman imkansızdır.
- ✓ Sipariş tarzı üretim yaptıklarından gerekli malzemeleri tedarik etmede zorluk yaşamaktadırlar.
- ✓ Emek yoğun üretim teknikleri kullandıklarından ürün geliştirme eksikliği oluşmaktadır. Diğer yandan büyük işletmelerle kıyaslandığından teknolojik gelişmelerden ve yarattığı fırsatlardan mahrum kalmaktadırlar.

1.4. KOBİ'lerin Sorunları

KOBİ'lerin karşılaştığı sorunların başında sermaye yetersizliği ve yönetim başarısızlığı gelmektedir. Yönetimle ilgili sorunlar daha çok işletmenin yapısında önemli bir rol oynamakla birlikte işletmenin diğer fonksiyonları olan üretim, pazarlama ve insan kaynaklarını da olumsuz etkilemektedir. Öte yandan yönetim başarısızlığı, finansal yönetim başarısızlıklarının da nedeni olarak görülmektedir. Bu bağlamda KOBİ'lerin tüm sorunlarının temelini işletmenin yönetim yapısının belirlediği söylenebilmektedir (Çetin, 1996: 156-157; Ayık ve Keskin, 2008: 471).

Genel olarak KOBİ'lerde işletme sahibi ve yöneticisi aynı kişidir. İşletmelerin mali yapılarının zayıf ve genelde aile işletmeleri şeklinde olması yönetimin aile üyeleri tarafından yürütülmesi sonucunu doğurmaktadır (Sarıkahya, 2012: 177). İşletme sahibi ya da yöneticisi yönetim, muhasebe, personel yönetimi, pazarlama, planlama ve organizasyon gibi her konuda karar vermek zorundadır. Bu kararları verirken genellikle yeterli eğitim almamış olmalarından dolayı temel istatistiksel metotlar dışında kalarak sezgiye ve tecrübeye dayanma yoluna gitmektedirler. Dolayısıyla karar alma yöntemi işletme başarısında hata payını oldukça artırmaktadır (Öndeş ve Güngör, 2013: 4; Akgemci, 2001: 23).

Literatür incelendiğinde KOBİ'lerin mücadele etmek zorunda kaldığı sorunlardan bir diğeri finansman olarak tespit edilmiştir. KOBİ'lerin kuruluş aşamasında öncelikle özsermaye ile finansman yolunu seçtikleri, bu seçenek yetersiz kaldığında ise dış kaynaklara yöneldikleri belirlenmiştir. Ancak dış kaynaklarla finansman yönteminde uzun vadeli kaynak sağlama konusunda yetersiz kaldıkları tespit edilmiştir (Met, 2011: 130). Bu çerçevede Ayıçay ve Kök (2009) çalışmasında KOBİ'lerin başlangıç sermayelerinin büyük ölçüde özkaynaklara dayandığını ve başlangıç sermayelerinin %61'inin kişisel birikimlerden, %19'unun yakınardan, %9'unun ortaklardan, %5'inin banka kredilerinden, %4'ünün sektörel desteklerden ve %2'sinin diğer firmalardan elde edildiğini belirtmiştir.

İmalat sektöründe faaliyet gösteren KOBİ'ler genellikle emek yoğun üretim tekniklerini kullanarak siparişe göre ve atölye tarzı üretim yapmaktadırlar. Büyük işletmelerin teknoloji yoğun ve belirli bir malın üretimi üzerine uzmanlaştırılmış sisteminin aksine KOBİ'ler, tek bir mal üzerine yoğunlaşmayıp tamamlayıcı unsuru olan birden fazla malın üretimi prensibini uygulamaktadırlar. Diğer bir ifadeyle KOBİ'lerin yaptığı üretim, büyük işletmelerin siparişleri üzerine gerçekleşmekte olup esasen büyük işletmelerin yan sanayisi ya da tamamlayıcısı konumunda olabilmektedirler. Ayrıca bu işletmelerde siparişe göre üretim yapılması, istenilen hammaddenin zamanında sağlanamamasından ileri gelen tedarikleme sıkıntısını da ortaya çıkarmaktadır. Hammadde yetersizliği ise işletmenin düşük kapasiteyle çalışmasına sebep olmaktadır (Akgemci, 2001: 29; Ayık ve Keskin, 2008: 475). Yaşanabilecek hammadde yetersizliği ve tedarik sorunlarıyla karşılaşılması için KOBİ'ler stok yapma eğilimine gidebilmektedirler. Ancak bu durum stoklama ile ilgili maliyetlerle mücadele etmelerine sebep olmaktadır.

Pazarlama faaliyetlerinin sermaye ve üretim kadar önemli olduğu günümüzde e-ticaret, pazar araştırması, ürün yenileme ve geliştirme, satış sonrası hizmet, reklam, tanıtım ve promosyon gibi modern pazarlama yöntemlerine sıkça başvurulmaktadır. Pazarlamanın öneminin farkında olan ve bu yöntemlere başvuran büyük işletmelere kıyasla KOBİ'ler kısıtlı imkân ve kaynaklarının sonucu olarak çoğunlukla eski bir metot olan doğrudan satış yoluyla ürünlerini pazarlamaktadır. Karşılıklı güven ve sözlerle yapılan bu alım-satım faaliyeti dayanışmayı canlı tutsa da tahsilatta sıkıntı yaşanmasına, nakit akışının bozulmasına ve özsermayenin fazla kullanılmasına yol açabilmektedir (Abacı, 2015: 40). KOBİ'lerin yaptığı doğrudan satış, yetersiz piyasa araştırması, pazarlama araçlarından yeterince faydalanamama ve dar bir pazara hâkim olma gibi durumlara yol açmaktadır. Ancak müşteriyle ticari anlamda yakın ve dostane ilişkiler kurulması, pahalı ve karmaşık satış örgütünün bulunmaması ve buna bağlı olarak satış giderlerinin azlığı, müşterilerin özel istek ve arzularına uyulabilmesi gibi avantajlar KOBİ'leri olumlu yönde etkilemektedir.

Bilgi ve teknoloji toplumuna geçilen günümüzde insan faktörü de değişmiştir. İnsana verilen değer, eski yönetim tarzı olan otoriterliğin bir kenara bırakılıp insanın ön planda tutulmasıyla gösterilmeye başlanmıştır. Günümüzde insan sadece makine ve beden gücü olarak görülmeyip, beyin ve yaratıcılık gücünü kullanan profesyonel iş gören sınıfa dâhil edilmektedir. Barutçu (2005) çalışmasında geleneksel yapıdaki yönetimlerin insan odaklılık yerine daha çok çalışma ve iş bitirme odaklı oldukları ifade etmektedir. Ayrıca KOBİ'lerde var olan işletme sahibi-yönetici durumunun kurumsallaşmanın önüne geçtiğini ve bu geleneksel yapıyı destekler nitelikte olduğunu ifade etmektedir. Bu yönetim

şeklinde KOBİ'lerde yönetici ve personelin daha yakın ilişkiler içinde oldukları gözlemlenebilir. Ancak Barutçu (2005) geleneksel yönetim şeklinin KOBİ'lerde çalışanın makineyi ve teknolojiyi kullanacak, işi bitirecek ve yoğun emek verecek bir unsur olarak görüldüğü, insan unsurunun ikinci plana itildiği görüşünü ileri sürmüştür. Buna göre KOBİ'lerde yönetim ile personel arasındaki ilişki doğrudan ve bireyseldir. KOBİ'lerde personelin ücret düzeyi kısmen düşüktür. Düşük ücrete rağmen çalışan personelin işyerlerinden daha çok memnun oldukları da görülebilmektedir. Öte yandan kriz dönemlerinde büyük işletmeler iyileştirme yapmak amacıyla işçi çıkarma yoluna gidebilirlerken, KOBİ'lerde personel-yönetici ilişkisi dolayısıyla işçilerin fedakâr biçimde korundukları görülebilmektedir.

Sanayileşme ve teknoloji bakımından gelişmiş ülkelerle rekabet edebilir seviyeye gelmek, KOBİ'lerin ucuz işgücü ve hammadde avantajını kısıtlayarak ileri teknoloji ile kaliteli üretim yapma gerekliliğini doğurmuştur. Dolayısıyla KOBİ'ler yeni teknoloji yatırımlarına ve yeni fonlara ihtiyaç duymaktadırlar (Aras ve Müslümov, 2002). Devletin bu yatırımları teşvik etmek amacıyla KOBİ'lere sunduğu hali hazırda destek programları bulunmaktadır. İleri teknoloji yatırımların KOBİ'ler tarafından projelendirilmesi ve hayata geçirilmesini sağlamak amacıyla Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı (TTGV), T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı ve Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB) gibi kurumlar tarafından çeşitli destekler sunulmaktadır.

Ulusal ve uluslararası rekabet ortamında sürekliliği sağlamak ve daha kaliteli bir ürünü rakiplerine göre daha kısa zamanda üretebilmek amacıyla KOBİ'lerin teknolojik dönüşüme bir an önce uyum sağlamaları gerekmektedir. Bunu başaramayan işletmeler rekabet edemeyerek küçük pazar paylarıyla yetinmek zorunda kalabileceklerdir. Bu durum işletmelerin faaliyetlerdeki aksamaların yanı sıra iflası ya da dağılmayı da tetikleyecektir. KOBİ'ler ifade edilen sorunlarla mücadelede yalnız bırakılmamışlardır. Bu sorunları aşabilmeleri için devlet tarafından çeşitli destekler sunulmaktadır. Destekleri elde edebilmek KOBİ'lere büyük avantajlar sağlayacaktır.

1.5. Türkiye'de KOBİ'lere Sağlanan Devlet Destekleri

Türkiye'de KOBİ'lerin faaliyetlerini desteklemek amacıyla devlet tarafından çeşitli hibe ve destek programları düzenlenmiştir. Devletin kaynaklarını kullanarak kamu kurumlarını ya da özel işletmeleri yatırımları teşvik etmek, üretimi, yeniliği ve teknolojiyi artırmak, sanayileşme ve kalkınmaya katkı sağlamak ve bugün ülkemizin sorunlarının en başında gelen işsizlikle mücadele etmek, istihdama katkı sağlamak amacıyla karşılıksız olarak desteklenmesi devlet

desteği olarak tanımlanmaktadır. Devlet destekleri ekonomik ve sosyal açıdan kalkınma için KOBİ'lere sağlanan özendirme olarak ifade edilmektedir (Solmaz, 2014: 31). Destekler KOBİ'lerin temel sorunlarının büyük bir oranda azaltılması, rekabet edebilir pozisyona getirilmesi, büyümelerine ve yaşam evrelerini başarılı bir şekilde tamamlamalarına katkı sağlaması açısından önem taşımaktadır (KOBİ Stratejisi Eylem Planı Taslağı 2015-2018: 19).

Ülkemizde KOBİ'lere destek sağlayan kamu kurum ve kuruluşlar Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB), Türkiye Bilimsel ve Teknik Araştırma Kurumu (TÜBİTAK), Kalkınma Ajansı, Tarım ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu (TKDK), T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı (TTGV), T.C. Ticaret Bakanlığı, Kredi Garanti Fonu (KGF), KOBİ Girişim Sermayesi Yatırım Ortaklığı A.Ş., Verimlilik Genel Müdürlüğü, T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı, Türkiye İş Kurumu (İŞKUR), Türkiye Esnaf ve Sanatkarlar Kredi ve Kefalet Kooperatifleri Birliği (TESKOMB), T.C. Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı olarak sayılabilmektedir. Her bir kurum/kuruluş farklı içerikte eğitimler ya da destek programları sunmaktadır. Destekler genellikle hibe (geri ödemesiz) şeklinde olup teknoloji, ihracat, üretim, tarım, hayvancılık, yetiştiricilik, iklim ve hizmet faaliyetleri, işgücü konularında yoğunlaşmaktadır. Özellikle üreticilik, ihracat, teknoloji alanlarındaki girişimlerin desteklenmesi büyük önem taşımaktadır.

KOBİ'lere yönelik destek sağlayan en bilindik ve köklü kuruluşlardan biri KOSGEB'dir. KOSGEB girişimci adaylarına online eğitim programı desteği vermekle birlikte mevcut KOBİ'lere finansman, iş geliştirme, büyüme, Ar-Ge, teknolojik yerli ve milli üretim, rehberlik ve danışmanlık konularında destekler sunmaktadır (KOSGEB web sitesi, 2023). TÜBİTAK KOBİ'leri 1.200.000 TL'ye varan bir bütçeyle "Ar-Ge Başlangıç Destek Programı" kapsamında desteklemektedir (TÜBİTAK web sitesi, 2023). TKDK tarım, balıkçılık, çevre, iklim, çiftlik faaliyetleri konularında KOBİ'leri 5 program altında desteklemektedir. Kırsal kalkınma programı olan IPARD en bilinen desteklerindendir. Günümüze kadar 22.556 projeye toplamda 44.1 milyar TL değerinde destek sağlamıştır (TKDK web sitesi, 2023). T.C. Ticaret Bakanlığı ve T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı ağırlıkla ihracat, e-ihracat ve hizmet sektörüne yönelik destekler sunmaktadır (T.C. Ticaret Bakanlığı web sitesi, 2023). TTGV iklim teknolojisi odağında KOBİ'leri 4 destek programı altında desteklemektedir (TTGV web sitesi, 2023). T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı tarım, hayvancılık, kırsal kalkınma ve ormancılık alanlarında destekler sunmaktadır. Günümüze kadar toplamda 4 milyar fidan dikimine hizmet eden kurum 12 milyar TL tutarında tarımsal destek, 3 milyar TL tutarında hayvancılık

desteği sağlamıştır (T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı web sitesi, 2023). İŞKUR KOBİ'leri işveren danışmanlığı, eleman arama, kadın/genç/mesleki anlamda yeterli kişi/engelli/hükümlü istihdamı, yurtdışı istihdamı, mesleki ve işbaşı eğitim programları kapsamında desteklemektedir (İŞKUR web sitesi, 2023). T.C. Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı KOBİ'leri yerli aksam destekleri, yabancı yatırımcılar için elektrik, doğalgaz, maden yatırım destekleri programları altında desteklemektedir (T.C. Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı web sitesi, 2023).

2. Literatür Taraması

Literatürde KOBİ'lere sağlanan devlet desteklerinin KOBİ'ler tarafından ne kadar anlaşıldığının, destekler hakkındaki bilgi düzeylerinin, yararlanıp yararlanılmama durumlarının ve memnuniyet düzeyinin araştırıldığı ve KOBİ'lerin temel sorunlarına değinen fazla sayıda çalışma bulunmaktadır. Bu yönde yapılan bazı çalışmalar (tespit edildiği kadarıyla) ve bulguları incelenmiştir. Erdil ve Kalkan (2005) çalışmalarında devlet destekleri ve KOBİ'lerin performansları arasındaki ilişkiyi ölçmüşlerdir. Bu çerçevede teknoloji, eğitim, pazarlama ve danışmanlık desteklerinin KOBİ'lerin performansları (ürün kalitesi, ürün yeniliği ve karlılık) üzerinde doğrudan etkisinin olduğunu; finans ve makine/teçhizat desteğinin performans üzerinde herhangi bir etkisinin olmadığını tespit etmişlerdir. Bunu destekler şekilde Abacı (2015) Afyonkarahisar KOBİ'lerini ele aldığı çalışmada teknoloji, eğitim, finans, makine/teçhizat, pazarlama ve danışmanlık desteklerinin hepsi ile ürün kalitesi, ürün yeniliği ve karlılık performans ölçütleri arasında pozitif bir ilişki tespit etmiştir.

İbrahimi (2006), Vıdır (2007), Ar (2009), Doğangül (2012) ve Solmaz (2014), çeşitli illerde faaliyet gösteren KOBİ'ler üzerinde devlet desteklerinin etkinli konusunda araştırmalar yapmışlardır. Bu çalışmaların bulguları ise genel anlamda birbirini destekler nitelikte olup KOBİ'lerin destek veren kurumlar ile destek programlarından yeterince haberdar olmadıkları, başvurudaki prosedürlerin fazla oluşu, destek tanıtım faaliyetlerinde eksikliklerin bulunduğu, desteklerden yeterince faydalanmadıkları, desteklerin işlevsel olarak algılanmadığı ve yetersiz bulunduğu, destek verilecek işletmelerin objektif değerlendirilmediği ve bürokrasinin fazla olduğu yönünde tespit edilmiştir.

KOBİ'lerin temel sorunlarına değinen bazı çalışmalara bakıldığında Kalaycı (2008) günümüzde bu işletmelerin en büyük sorununun finansman sıkıntısı olduğunu ifade etmiştir. Bunu destekler şekilde Ay (2008) KOBİ'lerin en çok karşılaştığı sorunların başında finansman sorunlarının geldiğini, finansmana erişim konusunda ise çoğunlukla bankacılık sisteminden yararlanıldığını, KOBİ'ler için çeşitli finansman modellerinin geliştirilmesinin şart olduğunu

ifade etmiştir. Türkoğlu (2002) ise KOBİ'lerin finansman sıkıntısı, nitelikli personel eksikliği, pazar yeri yetersizliği vb. sorunları sıkça yaşamalarının yanı sıra iç piyasaya yönelik üretim yaptıklarını, ihraç edilebilecek kalite ve standartta üretime gidilmediğini ve KOBİ'lerin ülkemizde yeterince desteklenmediğini ifade etmiştir. Özgüner Kılıç, Çakmak ve Fidan (2015) çalışmalarında Karabük ili KOBİ'lerinin en çok sorun yaşadıkları alanların pazarlama ve finansman olduğunu, pazarlama sorunlarının giderilmesi durumunda finansal açıdan da rahatlayacaklarını belirtmişlerdir. Öte yandan KOBİ'lerin nitelikli işgücü bulma konusunda büyük eksiklik yaşadığını ve %90'ının ihracat yapmadığını tespit etmişlerdir. Çalışmada ayrıca KOSGEB desteklerinden yararlanma durumları incelenmiş ve KOBİ'lerin bu desteklerden yararlanmadıkları tespit edilmiştir. Dolayısıyla hem ihracat hem de diğer konularda destekler hakkında KOBİ'lerin bilinçlendirilmesi gerektiği önerisi sunulmuştur.

Ulusoy ve Akarsu (2012) çalışmalarında KOBİ'lerin en önemli sorununun sermaye sıkıntısı olduğunu ifade etmiştir. Bu sorunların aşılabilmesi adına devletin, çoğunluğu kredi ve finansman desteği olmak üzere çeşitli desteklerde bulunduğunu ve Türkiye'de KOBİ'lere sağlanan bu desteklerin istihdamda artışı sağladığını tespit etmişlerdir. Ancak yapılan desteklerin yetersiz kaldığını ve buna yönelik önlemler alınması gerektiğini ifade etmişlerdir.

KOBİ'lerin geleneksel sorunlarının yanında günümüzde oldukça önem kazanan inovasyon konusunda da sıkıntı yaşadıklarını ifade eden Bozkurt ve Tascioğlu (2007) KOBİ'lerin dış pazara ulaşma konusunda büyük firmalara göre daha fazla sıkıntı çektiğini, teminat bulma zorluğu yaşadıklarından finansmana erişimde yetersiz kaldıklarını ifade etmiştir. Bu çalışmayı destekler nitelikte Çağırın Kendirli ve Kendirli (2014) Çorum KOBİ'lerinin yenilikçilik için gerekli olan Ar-Ge'ye inanmalarına rağmen buna fazla önem vermemelerini, yenilik geliştirmede müşteri taleplerini daha çok dikkate almaları dolayısıyla Ar-Ge'ye önem verilmediğini ifade etmişlerdir. Ek olarak bu ildeki KOBİ'lerin kendilerini iç pazarla sınırlandıklarını tespit etmişlerdir. Bu sorunlara çözüm önerisi olarak ise yenilikçilik faaliyetlerinin daha etkin yürütülebilmesi için Ar-Ge birimlerinin kurulması ve bunlara daha fazla kaynak ayrılmasının sağlanması ve bu konuda Çorum KOBİ'lerinin üniversitelerden, kamu ya da özel kuruluş Ar-Ge kurumlarından destek talebinde bulunması gerektiğini ifade etmişlerdir. Türkoğlu ve Çelikkaya (2011) çalışmasında Ar-Ge'nin önemine vurgu yaparak KOBİ'lere sağlanan Ar-Ge desteklerinin üretimde ihracatın almış olduğu payı arttırdığını tespit etmişlerdir.

Cansız (2008) gelişmiş ülkelerle kıyaslandığında Türk KOBİ'lerinin finansman, teknoloji, yönetim altyapılarının yetersiz olduğunu ve etkin destek modelleriyle desteklenmediklerini ifade etmiştir. Balıkçioğlu (2010) Türkiye'de

KOBİ'lere sağlanan devlet destekleri arasında AB mevzuatına en yakın olanının ihracatın desteklenmesi alanında olduğunu ifade etmiştir. Zengin (2010) KOBİ'lerin yönetim stratejilerinin geliştirilmesi ve devletin KOBİ'lerin sorunlarına yönelik ileri görüşlü sanayi politikası oluşturması gerektiğini vurgulamıştır. Yıldız (2013) KOBİ'lerin ayakta kalmaları ve gelişimlerini sağlayabilmesi için resmî kurumların gereken desteği verilmesinin gerektiğini ifade etmişlerdir. Timurçin ve Genç (2014) ise KOBİ'ler için kamu kaynaklarının kullanılmasında etkinliğin sağlanmasının yanında hesap verebilir bir kamu yönetimi anlayışının oluşması için devlet desteklerinin değerlendirilmesinin kaçınılmaz olduğunu önemle vurgulamıştır.

Erdem ve Sakarya (2021) çalışmalarında finansman sorunlarının çözümüne yönelik KOSGEB, KGF ve Kalkınma Ajansı desteklerinden faydalanan Balıkesir KOBİ'lerine yönelik anket uygulayarak desteklerin etkinliğini araştırmışlardır. Çalışmanın bulguları KOSGEB desteklerinin finansman sorunlarının çözümünde yeterince etkin olmadığı, KGF ve Kalkınma Ajansı desteklerinin ise belirli koşullar altında etkin olduğu yönünde ifade edilmiştir. Akbaba, Batıbeyi ve Karabulut (2022) çalışmasında Erzurum ilinde faaliyet gösteren KOBİ'lerin KOSGEB tarafından sunulan KOBİGEL destek programı hakkındaki bilgi düzeylerini ve desteklerin amacına ulaşma durumlarını ölçmüşlerdir. Çalışmanın bulguları KOBİ'lerin genel anlamda desteklerden faydalanamadıkları, bunun sebeplerinin ise bilgilendirme eksikliği, prosedürlerin ağır ve karmaşık olması olarak ifade edilmiştir. Aydın (2022) çalışmasında KOSGEB tarafından sağlanan finansal desteklerin etkinliğini Artvin ili KOBİ'leri kapsamında ölçmüştür. Çalışmanın sonucunda Artvin KOBİ'lerinin KOSGEB finansal desteklerinden sınırlı sayıda faydalandığı bulgusuna ulaşılmıştır. Karyağdı ve Ürgüp (2023) KOBİ'lerin kendilerine yönelik yatırım teşviklerinden faydalanma durumlarını anket uygulaması yoluyla tespit etmeyi amaçlamışlardır. Çalışma sonucunda tüm KOBİ'lerin yatırım teşviklerinden yararlandığı ve çoğunun faydalı bulduğu tespit edilmiştir.

KOBİ'lerin devlet desteklerinden haberdar olma, desteklere ulaşabilme ve faydalanma konusunda zorluk yaşadıkları literatürde yapılmış çalışmalardan anlaşılabilmektedir. Bu çalışma KOBİ'lere belirli bir kurum tarafından sağlanan destek programlarının etkinliğini ölçmenin aksine, tüm devlet kurumlarının desteklerine yönelik bilgi düzeyini, faydalanma ve memnuniyet algılarını ölçmeye odaklanmıştır. Çalışma kapsamında belirlenen 14 devlet kurumu tarafından sunulan destek programlarının Afyonkarahisar KOBİ'leri tarafından algılanışı ölçülmüştür. Yapılan çalışma tüm destek programları hakkındaki bilgi düzeyi, kullanım durumları, memnuniyet durumu ve yararlanılmamışsa bunların

sebeplerinin belirlenmesini içermesi sebebiyle kapsam genişliği bakımından diğer çalışmalardan ayrılmaktadır.

3. Veri Seti, Analiz ve Bulgular

Bu çalışmada Afyonkarahisar KOBİ'lerinin gelişimlerine ve ilerlemelerine katkı sağlanması amacıyla kendilerine sunulan hibe ve destekler hakkındaki bilgi düzeylerinin, desteklerden faydalanma ve memnuniyet durumlarının tespit edilmesi amaçlanmıştır. İlave olarak desteklerden yararlanılmamışsa ya da ileriki dönemlerde yararlanma düşünülmüyorsa bunun sebeplerinin saptanması hedeflenmiştir. Buradan hareketle desteklerin ulaşılabilirliği, faydası ve etkinliği konusunda tartışılmıştır.

Araştırma 2016 yılında Afyonkarahisar il merkezi Organize Sanayi Bölgesinde faaliyet gösteren KOBİ'leri kapsamaktadır. Bu çerçevede imalat sanayinde faaliyet gösteren işletmeler ağırlıklı olmak üzere diğer sektörden işletmeler de uygulamaya dahil edilmiştir. Anket uygulaması sırasında KOBİ yöneticilerinden bir kısmının kendilerine yöneltilen anket sorularına cevap vermekten kaçınması ya da o anda yöneticinin işletmede bulunmaması ya da ulaşılabilmesi dolayısıyla anketin yapılamaması çalışmanın kısıtlarını oluşturmuştur. Çalışma kapsamında 2 tanesi büyük işletme ve 99 tanesi KOBİ olmak üzere toplamda 101 işletmeye ulaşılarak veriler toplanmış ve değerlendirme yapılmıştır.

Çalışmada veriler yüz yüze görüşme yöntemi ile toplanmıştır. Anket toplam 71 soru ile 2'si büyük işletme olmak üzere toplamda 101 şirket yöneticisine uygulanmıştır. Anket soruları İbrahimi (2006), Solmaz (2014), Işık Maden (2012), Doğanül (2012) ve Vıdır (2007) tarafından yapılan çalışmalardan faydalanarak alınmıştır. Bununla birlikte sorulara tarafımızdan da ilave edilerek anket geliştirilmiştir. Anketin birinci kısmında yöneticilerin/işletmelerin demografik özelliklerini belirlemeye yönelik 9 soru, işletmelerin karşılaştıkları temel sorunları belirlemeye hedefleyen likert ölçek tarzında oluşturulan 10 soru olmak üzere toplamda 19 soru yöneltilmiştir. Anketin ikinci kısmında KOBİ'lere yönelik uygulanan 14 destek programı üç temel soru ile ilişkilendirilmiş, likert tarzda oluşturulan toplam 42 soru ile desteklere yönelik bilgi düzeyleri, desteklerden faydalanma düzeyleri ile desteklere yönelik memnuniyet düzeyleri ölçülmeye çalışılmıştır. Son olarak anket formunun üçüncü kısmında katılımcıların 14 destek programından faydalanmama nedenlerini tespit etmeye yönelik likert tarzda hazırlanmış 10 soru yöneltilmiştir. Veri toplama işlemi Mart-Nisan 2016 tarihleri arasında tamamlanmıştır.

Tablo 2: Betimleyici İstatistikler

	Frekans	Yüzde
Katılımcıların Yaş Dağılımı	20-30 yaş	21
	31-35 yaş	33
	36-40 yaş	14
	41-45 yaş	13
	46 ve üzeri	20
	Toplam	101
Katılımcı İşletmelerin Hukuki Statü Dağılımı	Anonim Şirket	6
	Limited Şirket	60
	Şahıs Şirketi	34
	Adi Şirket	1
	Toplam	101
Katılımcı İşletmelerin Faaliyet Süresi Dağılımı	0-2 yıl	11
	3-5 yıl	16
	6-10 yıl	17
	11-15 yıl	14
	16 ve üzeri	43
	Toplam	101
Katılımcı İşletmelerin E-Ticaret Yapma Dağılımı	Hayır	80
	Evet	21
	Toplam	101
Katılımcı İşletmelerin İthalat / İhracat Yapma Dağılımı	Hayır	56
	Evet	45
	Toplam	101
Katılımcı İşletmelerin Sektör Dağılımı	Hizmet	10
	İmalat	25
	Maden	11
	İnşaat	6
	Ticaret	5
	İmalat ve Ticaret	37
	Diğer	7
	Toplam	101
Katılımcı İşletmelerin Çalışan Sayısı Dağılımı	1-9	36
	10-49	51
	50-249	12
	250 ve üzeri	2
	Toplam	101
Katılımcıların Cinsiyet Dağılımı	Kadın	19
	Erkek	82
	Toplam	101

Tablo 2'deki bulgulara göre işletme yetkililerinin %67,3'ü 40 yaş ve altı grubu, %32,7'si 41-46 yaş ve üzeri kişiler olarak yönetimde söz sahibi

konumundadırlar. Değerlendirmeye alınan işletmelerin hukuki statüleri incelendiğinde ilk sırayı %59,4 ile Limited Şirket olarak faaliyette bulunan işletmeler almaktadır. Şahıs Şirketi olarak faaliyet gösteren işletmeler %33,7 ile ikinci sırayı almıştır. İşletmelerin faaliyette bulundukları sürelerin dağılımı incelendiğinde 16 yıl ve üzeri sürede faaliyette bulunan işletmelerin %42,6 ile ilk sırayı aldıkları görülmektedir. İkinci sırayı ise %16,8 oran ile 6-10 yıl süre ile faaliyet gösteren işletmeler alırken bunu %15,8 ile 3-5 yıl, %13,9 ile 11-15 yıl ve %10,9 ile 0-2 yıl aralığındaki süreler takip etmektedir. Diğer yandan Afyonkarahisar ili KOBİ'lerinin %79,2 oranla E-Ticaret ile ilgililemedikleri belirlenmiştir. Bu bağlamda ildeki KOBİ'lerin gelenekselci tekniklerle satış yaptığı ve günümüz teknoloji ağına bağlı olarak geliştirilmiş ve bulunulan sınırların dışına çıkılarak ürünleri daha fazla hedef kitleye ulaştırma faydasına erişmeyi sağlayan internet üzerinden satış tekniğini %20,8 gibi az bir oranda kullandıkları tespit edilmiştir. Anketle yüz yüze veri toplama aşamasında oluşan kanaate göre E-Ticaret'in en çok yapıldığı alanın Gıda Sektörü olduğu sonucuna varılmıştır.

Afyonkarahisar ili Organize Sanayi Bölgesinde faaliyette bulunan KOBİ'lerin ithalat/ihracat faaliyetlerinin neredeyse yarı yarıya olduğu sonucuna varılmıştır. Veri toplama esnasında yapılan tespite göre ithalat/ihracat %44,6 oranda yapılmaktadır. Bu faaliyetin Afyonkarahisar iliyle özdeşleşmiş ve öne çıkan sektör olan mermercilikte yoğun bir şekilde yapıldığı saptanmıştır. Sıralamayı inşaat ve yapı sektörü takip etmiştir. Değerlendirmeye alınan KOBİ'lerin %36,6 oran ile hem imalat hem de ticaretle uğraştıkları saptanmıştır. Sadece imalat yapan işletme oranı %24,8'dir. Sonuç itibarıyla ildeki KOBİ'lerin genellikle imalat sektörü üzerine faaliyet gösterdiği tespit edilmiştir.

KOBİ'lerin Afyonkarahisar'da yoğunlukla mermer imalatı, gıda, maden, inşaat ve makine imalat sanayi sektörlerinde faaliyet gösterdiği belirlenmiştir. KOBİ'lerin %50,5 oranla 10-49 arası işçi çalıştıran küçük işletme grubuna dâhil olduğu tespit edilmiştir. Bunu ise %35,6 oranla 1-9 arası çalışanı olan mikro işletme grubu takip etmiştir. Buradan hareketle toplamda %86,1'lik oranla mikro ve küçük işletmeler statüsünde olan KOBİ'ler Afyonkarahisar'ın sanayisinde anahtar konumda yer almaktadır. KOBİ yöneticilerinin cinsiyet dağılımları incelendiğinde %18,8'inin kadın, %81,2'sinin erkek olduğu saptanmıştır. Bu durumda Afyonkarahisar ili KOBİ'lerinin yetkilisi pozisyonunda olan sahip/yönetici genellikle erkektir. Kadın yönetici sayısı ise erkek dağılım oranının yüzde olarak epeyce altında kalmaktadır. İl KOBİ'lerinde kadınların yönetimde çok fazla yer almadığı çıkarımı yapılmaktadır.

Betimleyici istatistiklerin elde edilmesinin ardından karşılaştırmalı analizler adımına geçilmiştir. Bu kapsamda cinsiyet, yaş ve diğer betimleyici istatistik

unsurlarının, önermelere verilen yanıtlar üzerinde istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar yaratıp yaratmadığına bakmak amacıyla Bağımsız Örneklem T-Testi ve Tek Yönlü Varyans Analizi uygulanmıştır. Toplam 14 farklı önerme üzerine verilen yanıtlara uygulanan analizler sonucunda 14 önermenin kaçında istatistiksel olarak anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir. Elde edilen sonuçlar Tablo 3'te ele alınmıştır.

Tablo 3: Karşılaştırmalı Analizler

	Karşılaştırma Kriteri	Toplam Önerme Sayısı	Anlamlı Farklılık Tespit Edilen
	Cinsiyet	14	3
KOBİ'lerin	İşletmelerin E-ticaret Yapma Durumu	14	3
Destekler	İşletmelerin İthalat/İhracat	14	6
Hakkındaki Bilgi	Yapma Durumları	14	3
Düzeyleri ve	Katılımcıların Yaşı	14	4
Faydalanma	Katılımcıların Eğitim Düzeyi	14	6
Durumları	İşletmelerin Hukuki Statüleri	14	5
	İşletmelerin Faaliyet Süreleri	14	2
	Sektörel Dağılım	14	6
	Çalışan Sayısı	14	

Araştırma kapsamında yapılan ilk karşılaştırmalı analiz işletmelerin destek programları hakkındaki bilgi düzeylerinin ve desteklerden faydalanma durumlarının, katılımcının cinsiyetine göre farklılık gösterip göstermediğinin tespit edilmesidir. 14 sorudan 2 tanesinde bilgi düzeylerinin, 1 tanesinde faydalanma durumlarının cinsiyete göre anlamlı farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Farklılıkların nereden kaynaklandığını tespit etmek amacıyla kadınların ve erkeklerin tablodaki sorulara verdikleri yanıtların ortalamasına bakılmıştır. Buna göre erkekler 14 soruya daha olumlu yanıt vererek Kalkınma Ajansı ve IPARD desteklerini bildiklerini ve Kalkınma Ajansı desteklerinden faydalandıklarını ifade ederken; kadınlar nispeten daha olumsuz yanıtlar vererek bu destekleri daha az bildiklerini ve faydalandıklarını ifade etmiştir. Yapılan analiz kapsamında 14 sorudan sadece 2 tanesinde bilgi düzeylerinin, 1 tanesinde faydalanma durumlarının E-Ticaret yapma durumuna göre anlamlı farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Bu sorulara verilen yanıtların ortalamasına göre E-Ticaret yapan işletmelerin yapmayan işletmelere oranla IPARD ve KGF desteklerini daha fazla bildikleri ve IPARD desteklerinden daha fazla faydalandıkları tespit edilmiştir.

Çalışma kapsamında yapılan diğer analizler sonucunda işletmelerin E-Ticaret yapıp yapmama durumuna göre karşılaştıkları temel sorunlar ve destek

programlarından faydalanmama nedenleri arasında anlamlı farklılıklar tespit edilememiştir. Dolayısıyla E-Ticaret yapan ya da yapmayan işletmeler karşılaştıkları temel sorunlar ve destek programlarından faydalanmama nedenleri noktasında aynı düşünmektedir. Diğer bir analizde katılımcıların yaşına göre işletmelerin karşılaştığı temel sorunların, desteklerden faydalanma durumlarının ve faydalanmama nedenlerinin farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Bu bağlamda 20-30 yaş grubu yöneticilerin, 31-35 ve 36-40 yaş grubuna göre nispeten daha fazla finansman yetersizliği ve finansmana erişim sorunu ile karşılaştıkları tespit edilmiştir. Araştırma kapsamındaki diğer bir analizde katılımcıların eğitim düzeylerine göre işletmelerin karşılaştıkları temel sorunların, desteklerden faydalanma durumlarının ve faydalanmama nedenlerinin farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Buna göre Afyonkarahisar Organize Sanayi Bölgesinde faaliyet gösteren KOBİ'lerin yüksek lisans ve doktora mezunu yöneticileri “Yetersiz teknoloji ve Ar-Ge faaliyetleri” ile “Pazar araştırması, reklam gibi modern pazarlama tekniklerinin kullanılmaması” sorunlarıyla daha fazla karşılaştıklarını, ilkokul mezunu yöneticiler ise bu sorunlarla nispeten daha az karşılaştıklarını ifade etmişlerdir.

Araştırma kapsamında yapılan bir diğer analizde, işletmelerin karşılaştıkları temel sorunların, destekler hakkındaki bilgi düzeylerinin ve desteklerden faydalanma durumlarının faaliyet sürelerine göre farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Buna göre “Yeniliğe ve değişime uyum sağlayamama” durumu 0-2 yıldır faaliyet gösteren işletmeler için bir sorun değilken, 16 yıl ve üzeri faaliyet gösteren işletmeler için sorun olmaktadır. Dolayısıyla 16 yıl ve üzeridir faaliyetlerini belirli bir çizgiye oturtmuş ve kökleşmiş işletmelerin yeniliğe ve değişime kolayca uyum sağlamasının güç olduğu söylenebilmektedir. “Yeniliğe ve değişime uyum sağlayamama” sorunu ise imalat sektöründe faaliyet gösteren işletmeler için önemli bir sorunken, hizmet sektöründe faaliyet gösteren işletmeler için daha önemsiz olduğu tespit edilmiştir. Öte yandan “İhracat sorunları” maden sektöründeki işletmeler için fazla oranda bir sorun olurken, hizmet sektöründeki işletmeler için sorun teşkil etmediği tespit edilmiştir.

Analiz kapsamında son olarak işletmelerin destek programlarından yararlanmama nedenlerinin bulundukları sektöre göre değişmediği tespit edilmiştir. Buna göre Afyonkarahisar’da destek programlarından yararlanmama nedenleri, farklı sektörlerde faaliyet gösteren işletmeler için aynıdır. Çalışan sayısına ilişkin karşılaştırmalı analizlerin sonuçlarına göre “Uzmanlık isteyen işlere yetememe ve eğitim eksikliği” 1-9 çalışanı olan mikro işletmeler için daha fazla sorun olurken, 50-249 çalışanı olan orta ölçekli işletmeler için sorun olmadığı yönündedir. Bu sonuç teoriyi de desteklemektedir. Çalışan sayısı 1-9 olan mikro işletmelerde daha çok vasıfsız elemanlar istihdam edilmekte, işletme

yöneticisi farklı işlere de bakabilmekte ve uzmanlık isteyen finansal yönetim, muhasebe gibi alanlara uygun personelin istihdamı yapılamamaktadır. Dolayısıyla emek yoğun üretim yapan mikro işletmelerin uzmanlık isteyen işlere yetememe ve eğitim eksikliği sorunuyla daha sık karşılaşmaları olağan olmaktadır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Küreselleşen dünyada işletmeler ekonomik anlamda daha ileriye gitme ve faaliyetlerini daha da büyütme gayesi gütmektedirler. Küreselleşmeyle birlikte işletmeler arasında rekabetin giderek artmasıyla, farklı pazar arayışları ve diğerlerinden bir adım öne çıkma faaliyetleri hız kazanmıştır. Büyük işletmelerin olağan faaliyetlerini daha da büyütme çabaları bu rekabet ortamını daha da tetiklemektedir. Bu durum tüm işletmeleri kendi dünyalarının dışına çıkmaya zorlamaktadır. İşletmelerin ayakta kalma ve dünyaya açılma mücadeleleri kapsamında yaptıkları dış ticaret, ihracat gibi faaliyetler ülkelerin kalkınmasına, büyüme potansiyelinin ve gelişmişlik seviyesinin artmasına da büyük katkı sağlamaktadır.

Bu çalışma ülkemizdeki KOBİ'lerin hala çözümlenemeyen mevcut sorunları üzerinde durmak ve devletin bu yönde sağladığı desteklerin ne kadar etkin olduğunu, KOBİ'lere ne derece ulaştığını anlamak amacıyla yapılmıştır. Bu kapsamda Afyonkarahisar Organize Sanayi Bölgesinde faaliyet gösteren KOBİ'ler hedef alınmıştır. Çoğunlukla imalat işletmeleri ana kütle olarak belirlenerek 99'u KOBİ ve 2'si büyük ölçekli işletme olmak üzere toplamda 101 işletmeye ulaşılarak konu kapsamında hazırlanmış olan anket formu yüz yüze yöntemle uygulanmıştır. Yapılan anket sonucunda elde edilen veriler çeşitli analizlere tabi tutularak bulgular değerlendirilmiştir.

Çalışma sonuçlarına göre Afyonkarahisar'da faaliyet gösteren KOBİ'ler en fazla “nitelikli eleman istihdam etme sıkıntısı” çekmektedir. Bunu ise “haksız rekabet” ve “finansman yetersizliği ve finansmana erişim” konusunda yaşadıkları sorunlar takip etmektedir. Afyonkarahisar'da faaliyet gösteren KOBİ'ler tarafından en çok bilinen ve faydalanılan destek programı “KOSGEB Destekleri” olmuştur. Bunu ise sırasıyla “İŞKUR Destekleri” ve “Kalkınma Ajansı Destekleri” takip etmiştir. İldeki KOBİ'lerin hakkında en az bilgiye sahip olduğu destek programı “Verimlilik Genel Müdürlüğü Destekleri” olmuştur. Anket uygulaması esnasında oluşan kanaate göre işletmelerin en fazla KOSGEB Desteklerinden faydalanmasına rağmen memnuniyet durumlarının olumsuz olduğu belirlenmiştir. Bu kapsamda işletmeler KOSGEB'e başvuruda ve desteğe kabul sürecinde karmaşık şartlarla ve prosedürlerle karşı karşıya bırakıldıklarını ifade etmişlerdir.

Araştırmaya katılan KOBİ yöneticilerinin sorulara verdiği yanıtların ortalamalarına göre en çok memnun kalınan destek programları “Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Destekleri” ve “Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı Destekleri” olmuştur. Bunları ise “Ekonomi Bakanlığı Destekleri” ile “TKDK-IPARD Destekleri” takip etmiştir. Yüzyüze anket uygulaması sırasında yapılan gözlemlere göre daha çok orta ölçekli ve büyük işletmelerin kullandığı Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Destekleri genel anlamda Ar-Ge ve teknoloji geliştirme amacıyla tercih edilmiştir. İldeki genel sektöre bakıldığında hayvancılığa yakın olan Afyonkarahisar’da TKDK ile Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı Desteklerinden yararlanma durumlarının daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Afyonkarahisar’da Et ve Et Ürünleri İmalatı yapan işletmelerin çoğunlukla TKDK Desteklerinden yararlandıkları belirlenmiştir.

Araştırma kapsamında incelenen bir diğer konu Afyonkarahisar KOBİ’lerinin faydalanmadıkları ya da düşünmedikleri devlet destek programları konusunda ortaya koydukları nedenlerdir. Buna göre ilk sıradaki sebebin “destek tanıtımlarındaki eksikliklerden dolayı” olduğu tespit edilmiştir. KOBİ’lerin desteklerden yararlanmama nedeni olarak en fazla ifade ettikleri 2. ve 3. durumlar ise sırasıyla “destek mevzuatında ve başvurularında yaşanan karmaşıklıktan dolayı” ve “bürokratik engellerden dolayı” seçenekleridir. Bunları ise sırasıyla “objektif değerlendirme yapılmadığını düşündüğümüz için (adam kayırmacılık gibi)” ve “destekler hakkındaki bilgilere kolaylıkla ulaşamadığımız için” sebepleri takip etmiştir. Ulaşılan bulgular ve anket sırasında yöneticilerle yapılan bire bir görüşmeler dikkate alındığında yoğunlukla destek sağlayan kurumların tanıtım ve bilgilendirme faaliyetlerinde eksiklik olduğu belirtilmiştir. Çoğu işletmenin bu durumu kurumların “belirli kesimi bilgilendirdiği ve bu kesime destek verdiği” görüşüne bağladığı gözlemlenmiştir. Araştırma kapsamında yapılan analizler ve anket esnasında gözlemlenen durumlar neticesinde ulaşılan sonuçlar kümülatif olarak değerlendirildiğinde Vıdır (2007), İbrahimi (2006), Doğangül (2012), Solmaz (2014), Ar (2009) ve Abacı (2015) tarafından ulaşılan sonuçlar büyük oranda desteklenmiştir.

Elde edilen bulgular ışığında KOBİ’lere yönelik oluşturulan devlet desteklerinin daha verimli ve etkin bir şekilde kullanılabilmesi amacıyla konu doğrultusunda bazı öneriler verilecektir. Bu anlamda devlete ve destek sağlayan kurumlara büyük oranda görevler düşmektedir. KOBİ’lere yönelik politika ve stratejileri belirleyen tarafın devlet olduğu düşünüldüğünde KOBİ’lerin sorunlarını çözümleyecek nitelikte yeni stratejilerin geliştirilmesine ağırlık verilmelidir. Diğer yandan devletin destek veren kurumlarını sık sık denetlemesi şeffaf ve hesap verebilir bir anlayışta desteklerin değerlendirilmesi açısından önemli olacaktır. Kurumlara yönlendirilen kaynakların gerekli yerlere ulaşip

ulaşmadığı devlet tarafından kontrol edilmelidir. Ayrıca desteklerin tüm KOBİ'ler tarafından etkin ve hakkaniyetli kullanımını sağlayabilmek için bürokrasinin azaltılması ve adam kayırmacılığın yapılmaması gerekmektedir. Destek kullanımına yönelik karmaşık şartların ve prosedürlerin basitleştirilmesi potansiyel destek kullanıcıları için faydalı olacaktır. Bu bağlamda devletin tüm KOBİ'lere yönelik oluşturduğu desteklerin belirli kesime hizmet sağlayacak şekilde sunulmaması da hakkaniyet açısından önemli olacaktır.

REFERANSLAR

1. Abacı, H. (2015). *Türkiye’de kobi’lerin gelişimi ve yeri, kobi’lere sağlanan teşvik ve desteklerin ürün kalitesi, ürün yeniliği ve karlılık üzerindeki etkilerinin incelenmesi: “Afyonkarahisar küçük sanayi sitesi örneği”*. (Yüksek Lisans Tezi). Arel üniversitesi, İstanbul.
2. Akbaba, A. İ., Batıbeyi, A. ve Karabulut, Y. (2022). Kobigel (kobi gelişim destek programı) desteklerinin amaca ulaşma derecesi: Erzurum ili örneği. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 14(2), 1388-1407.
3. Akgemci, T. (2001). *Kobi’lerin temel sorunları ve sağlanan destekler*, Ankara: KOSGEB Haziran 2001.
4. Ar, M. (2009). *Kobi’lere verilen teşvik ve destekler kapsamında KOSGEB Konya örneği*. (Yüksek Lisans Tezi). Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Karaman.
5. Aras, G. ve Müslümov, A. (2002). Küreselleşme sürecinde Türkiye ekonomisinde kobi’lerin yeri: finansman, ekonomik sorunları ve çözüm önerileri. *21. Yüzyılda KOBİ’ler: Sorunlar, Fırsatlar ve Çözüm Önerileri Sempozyumu*, Doğu Akdeniz Üniversitesi.
6. Ay, S. (2008). Risk sermayesi ve kobi’lerin finansmanında risk sermayesinin önemi. *Paradoks, Ekonomi, Sosyoloji ve Politika Dergisi*, (e-dergi), 4(2), 1-8.
7. Aydın, S. (2022). Artvin ilinde faaliyet gösteren kobi’lere sağlanan finansal desteklerde KOSGEB’in rolü. *Artvin Çoruh Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(1), 59-73.
8. Ayık, Y. Z. ve Keskin, G. (2008). Kobi’lerin genel sorunları ve düşünülen çözüm önerileri üzerine erzurum’da bir uygulama. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(2), 469-481.
9. Ayrıçay, Y. ve Kök, D. (2009). Kobi’lerin finansmanında kredi kullanım düzeyini etkileyen faktörler: Kahramanmaraş örneği. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(11), 109-131.
10. Balıkcıoğlu, İ. (2010). *Türk kobi’lerine verilen devlet yardımları ve ab kobi yardım mekanizmasının karşılaştırılması*. (Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi, Ankara.
11. Barutçu, E. (2005). İnsana Bakış Açısının Değişen Yüzü ve Yönetim Yaklaşımlarının KOBİ’lerin Verimliliği Üzerine Etkisi. G. Gençyılmaz, (Ed.). *2. KOBİ’ler ve Verimlilik Kongresi Kitabı*, İstanbul, ss. 279-289.
12. Bozkurt, Ö. ve Tascioğlu, H. (2007). Kobi’lerde inovasyon çalışmaları ve örnekleri üzerine bir inceleme. *Akademik Bakış Dergisi*, 11, 1-12.

13. Cansız, M. (2008). *Türkiye’de kobi’ler ve KOSGEB*. (Devlet Planlama Teşkilatı-Uzmanlık Tezi). Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı Sosyal Sektörler ve Koordinasyon Genel Müdürlüğü, Ankara.
14. Çağırın Kendirli, H. ve Kendirli, S. (2014). Rekabetçi bir ortamda kobi’lerin geleceğinde inovasyon ve üniversite sanayi iş birliğinin önemi ve Çorum incelemesi. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İİBF Dergisi*, 4(2), 33-48.
15. Çetin, C. (1996). *Yeniden yapılanma- girişimcilik- küçük ve orta boy işletmeler ve bunların özendirilmesi*, İstanbul: Der yayınları.
16. Doğangül, Ç. (2012). *Özel sektöre yönelik devlet destekleri ve Gaziantep’teki işletmeler üzerine bir uygulama*. (Yüksek Lisans Tezi). Gaziantep Üniversitesi, Gaziantep.
17. Eker, S. (2011). *Kobi’lerde teknolojik Ar-Ge çalışmalarının istihdam üzerine etkileri: TEKMER’lerde bir uygulama*. (Yüksek Lisans Tezi). Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta.
18. Erdem, M., ve Sakarya, Ş. (2021). Kobi'lerin finansman problemlerinin çözümünde KOSGEB, Kredi Garanti Fonu (KGF) ve Kalkınma Ajansı desteklerinin etkisi: Balıkesir ilinde bir araştırma. *Verimlilik Dergisi*, (2), 81-94.
19. Erdil, O. ve Kalkan, A. (2005). Kobi'lere sağlanan desteklerin kobi'lerin performanslarına etkisi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(7), 103-122.
20. Işık Maden, S. (2012). *[KOGEB] KOSGEB genel destek programının firmalar üzerindeki etkilerinin değerlendirilmesi: Göller Bölgesi uygulaması*. (Doktora Tezi). Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta.
21. İbrahimi, A. (2006). *Türkiye ve Avrupa Birliği’nde kobi'lere sağlanan destekler ve Eskişehir organize sanayi bölgesi’nde imalat sektöründe faaliyet gösteren kobi'lere ilişkin bir uygulama*. (Yüksek Lisans Tezi). Anadolu üniversitesi, Eskişehir.
22. Kalaycı, C. (2008). Elektronik Ticaret ve KOBİ'lere Etkileri. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 1 (1), 139-150.
23. Karakoç, A. (2010). *KOSGEB kaynaklı kobi destekleri ve bütçe ilişkisinin değerlendirmesi*. (Yüksek Lisans Tezi). Hacettepe Üniversitesi, Ankara.
24. Karyağdı, N. G. ve Ürgüp, S. E. (2023). Kobi’lerin yatırım teşviklerinden ve denetiminden beklentilerinin araştırılması: bir alan çalışması. *Pamukkale Üniversitesi İşletme Araştırmaları Dergisi*, 10(2), 451-471.
25. *KOBİ Stratejisi Eylem Planı Taslağı (KSEP) 2015-2018*, <http://www.kosgeb.gov.tr/site/tr/genel/detay/349/2016-yili-mayis-ayi-mali-tabloları#ksep> adresinden alınmıştır.

26. Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB) Destekleri, <https://www.kosgeb.gov.tr/site/tr/genel/destekler/3/destekler> adresinden 18.08.2023 tarihinde alınmıştır.
27. Met, Ö. (2011). Küçük ve orta ölçekli işletmelerin finansal sorunları: Kırgızistan'da bir araştırma. *Sosyo Ekonomi*, 2011-1, 128-143.
28. Müftüoğlu, M. T. (1991). *Türkiye'de küçük ve orta ölçekli işletmeler, sorunlar, öneriler* (Genişletilmiş ikinci baskı). Ankara.
29. Müftüoğlu, M. T. ve Durukan, T. (2004). *Girişimcilik ve kobi'ler*, Ankara: Gazi Kitabevi.
30. Öndeş, T. ve Güngör, N. (2013). Kobi'lerin finansmanı Erzurum organize sanayi bölgesinde bir araştırma. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 27(1).
31. Özgüner Kılıç, H., Çakmak, A. Ç. ve Fidan, Y. (2015). Kobi'lerde yönetim ve pazarlama sorunları: Karabük örneği. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 10(2), 51-69.
32. Resmî Gazete. (2005). 2005/9617 sayılı küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin tanımı, nitelikleri ve sınıflandırılması hakkında yönetmelik. 18 Kasım 2005, Sayı:25997. <http://www.resmigazete.gov.tr> / adresinden 12.02.2015 tarihinde alınmıştır.
33. Sarıkahya, M. (2012). Mobilya endüstrisinde kobi'lere verilen devlet desteklerinin firmalar üzerindeki etkileri (Ankara örneği). *Politeknik Dergisi*. 15(4), 177-183.
34. Serhat Kalkınma Ajansı ve İŞKUR. (2013). 75 Soruda İŞKUR Destekleri.
35. Solmaz, H. (2014). *Küçük ve orta büyüklükteki işletmelere sağlanan kamu desteklerinin etkinliği ve KOSGEB Diyarbakır uygulaması*, (Yüksek Lisans Tezi). Dicle Üniversitesi: Diyarbakır.
36. T.C. Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı Destekleri, <https://enerji.gov.tr/yatirim-destekleri-dogalgaz-yatirim-rehberi> adresinden 18.08.2023 tarihinde alınmıştır.
37. T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı Destekleri, <https://www.tarimorman.gov.tr/> adresinden 18.08.2023 tarihinde alınmıştır.
38. T.C. Ticaret Bakanlığı Destek Programları, <https://ticaret.gov.tr/destekler> adresinden 18.08.2023 tarihinde alınmıştır.
39. Tarım ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu (TKDK) Destekleri, <https://www.tkdk.gov.tr/> adresinden 18.08.2023 tarihinde alınmıştır.

40. Timurçin, D. ve Genç, K. (2014). Değerlendirme kavramı ve kobi'lere yönelik devlet desteklerinin değerlendirilmesinin önemi. *İktisat Politikası Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 31-84.
41. Türkiye Bilimsel ve Teknik Araştırma Kurumu (TÜBİTAK) Destekleri, <https://www.tubitak.gov.tr/tr/destekler/sanayi/ulusal-destek-programlari/icerik-1507-tubitak-kobi-ar-ge-baslangic-destek-programi> adresinden 18.08.2023 tarihinde alınmıştır.
42. Türkiye İş Kurumu (İŞKUR) Destekleri, <https://www.iskur.gov.tr/> web sitesinden 18.08.2023 tarihinde alınmıştır.
43. Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı (TTGV) Destekleri, <https://www.ttg.gov.tr/tr/programlar> adresinden 18.08.2023 tarihinde alınmıştır.
44. Türkoğlu, M. (2002). Küçük ve orta büyüklükteki işletmeler (kobi'ler)in bölgesel kalkınmaya etkileri ve bölgesel kalkınmada kobi temelli stratejiler. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7(1), 277-300.
45. Türkoğlu, M. ve Çelikkaya, S. (2011). Türkiye'de kobi'lere yönelik Ar-Ge destekleri. *Akdeniz Üniversitesi Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 3(2), 56-71.
46. Ulusoy, R. ve Akarsu, R. (2012). Türkiye'de kobi'lere yapılan destekler ve istihdam üzerine etkileri. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23, 105-126.
47. Vıdır, S. (2007). *Türkiye'de kobi'lere yönelik kamusal destekler ve bunun algılanmasına yönelik bir araştırma*. (Yüksek Lisans Tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
48. Yıldız, S. B. (2013). Kobi'lere sağlanan kamu desteklerinde etki değerlendirmesinin önemi. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(2), 381-390.
49. Zengin, B. (2010). *Küreselleşme sürecinde kobi'lerin durumu ve kobi destekleri: Türkiye üzerine bir uygulama*. (Doktora Tezi). Kadir Has Üniversitesi, İstanbul.

18. Bölüm

Geçmişten Günümüze Sokak Lezzetlerinin Gelişimi

Hilal ÖZ¹

Şeyma Nagehan KESKİN²

1 Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Hatay/Türkiye
hilal.oz@mku.edu.tr

2 Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Hatay/Türkiye

ÖZET

İnsanların temel ihtiyaçlarından olan yeme ve içme gereksinimleri çevresel, kültürel, ekonomik vb. birçok faktörden etkilenmektedir. Uzun yıllar boyunca insanlar bu ihtiyaçlarını karşılamak için farklı yollar denemişlerdir. Sokak lezzetleri eski zamanlardan bu yana toplumumuzun yeme-içme ihtiyaçlarını karşılayan unsurlar arasında önemli bir yerde konumunu almıştır. Bunun en önemli nedeni hem zamandan tasarruf sağlanarak yapılması hem de lezzettir. Günümüzde çok popüler hale gelmiş ve gittikçe genişleyen bir unsura dönüşmüştür. Sosyal medya, televizyon, yemek programları, yemek yarışmaları gibi unsurlar sayesinde gittikçe genişlemeye devam etmektedir. Sokak lezzetleri yeni lezzetler, denenmek istenen tatlar, merak, arayış içinde olan herkesin ilgi odağı halindedir. Ülkemiz hatta dünya çapında bile kendini göstermektedir. Türk mutfağı savaşlar, göçler sebebi ile kültür sentezlenmesi yaşamış ve zenginleşmiştir. Bu durum sokak lezzetlerine yansımış ve farklı tatlar oluşarak sokaklarda üretim ve satışa katkılar sağlamıştır.

Anahtar Kelimeler: Sokak Lezzetleri, Türk mutfağı, Yöresel Yemekler

GİRİŞ

İnsanlar hayatlarını sürdürmek için beslenmek zorundadırlar. Eskiden birçok yöntem deneyerek bu ihtiyaçlarını karşılamışlardır. Ateşi bulan insanoğlu artık besinleri pişirmeyi de öğrenmiştir. Ateş başında her şey şekil almaya başlamıştır. Toprak kaplar ile çeşitli ürünler ortaya çıkarmışlardır. Yerleşik hayata geçilmiş, göçler devam etmiş ve artık mutfak kültürleri oluşmuştur. Kültürler oluştuğu yeni yemek çeşitleri, pişirme yöntemleri gibi etkenler ortaya çıkmıştır (Kargilioğlu, vd., 2019).

Hızla gelişen ve gelişmekte olan şehirlerde, ülkelerde nüfus artmıştır. Nüfus arttıkça insanlar yeni şeyler keşfetmeye başlamışlardır. Bunlar yeni tatlar, içecekler, yemekler gibi faktörlerdir. Kalabalıktan kurtaran, rahatlatan şey yeme-içme olmuştur. Köylerde, kasabalarda, şehirlerde de yaşayan çalışan-çalışmayan birçok insanın hızlı ve lezzetli bir şekilde yeme-içme ihtiyacının karşılanması gerekmektedir (Higman, 2012).

Evde yemek yapma alışkanlığı gittikçe azalmış ve dışarıda tüketim artmıştır. Yemek ve içecek üretimi yapan yerler de sınırlıdır. Her insanın bütçesine uygun olması ve lezzetli olması da gerekmektedir. Bu durumda verilebilecek en güzel örnek sokak lezzetleridir. Gelişmiş ve gelişmekte olan çoğu ülkede tüketimi yapılmaktadır. Mutfağın bir parçası haline gelmiştir. Adından da anlaşıldığı üzere sokaklarda, açık alanlarda, seyyar arabalarda, tezgâh ve plaj gibi birçok yerde üretimi ve satışı yapılmaktadır. FAO' ya (2007) göre 2,5 milyardan fazla insan sokak lezzetleri dediğimiz tatları tüketmektedir (Nyaja, 2014). Ülkemizde birçok insan gezi, tatil amaçlı gittikleri yerlerde sokak lezzetlerini de tadarlar. Hatta bazılarımız sırf o lezzetleri tatmak için de tatiller, geziler yaparız (Yüncü, 2010). Turizm alanının gelişimine ve çeşitli hale gelmesine büyük katkılar sağlar. Türk mutfağımızdaki bu zenginlikler şehirlerimizin, bölgelerimizin farklı tatlara, kültürlere sahip olmasından kaynaklanmaktadır. Kokorecinden, midyesine, dönerinden, hamburgerine daha birçok farklı iştah açıcı lezzetler vardır. Bu lezzetler gitgide çoğalarak ilerlemektedir (Yıldırım ve Albayrak, 2019). Hem gelişip hem de üstüne ekleyerek lezzete lezzet katılmaktadır. Bu özellikleri ve gelişimi ile de ülkenin ekonomisindeki katkısının ne kadar fazla olduğu görülmektedir. Sokak lezzetleri üzerine birçok araştırma yapılmakta ve devamı da gelmektedir. Daha çok hijyeni, güvenliği ve ekonomik etkileri üzerine durulmakta ve araştırılmaktadır (Tinker, 1987).

SOKAK LEZZETLERİ KAVRAMININ TANIMI

Sokak lezzetleri denildiğinde ve üzerine araştırmalar yapıldığında birçok içerik ve sonuç ile karşılaşılır. Genellikle sokak, sahil, büfe gibi sabit veya seyyar bir şekilde sunumu yapılan yiyecek ve içeceklerdir. İnsanların yoğun olduğu

yerlerde daha çok satışı yapılan bu lezzetlerin ön hazırlığı önceden yapılmış olmaktadır. Daha çok dikkat çekerek iştah açıcı hale getirmek isteyen üreticiler ise genellikle tüketici kişiler geldiğinde o anda üretimini yapar. Tüketici tarafından bir işlemin yapılmasına gerek duyulmamaktadır (Demir, Akdağ, Sormaz ve Özata, 2018).

Kültür, din, coğrafya vb. etkenlere göre bu lezzetlerin üretimleri ülkelerde değişiklik göstermektedir. Örneğin; Fas'ın kebabı, İtalya'nın pizzası, Meksika'nın tacosu, Singapur'un tavuğu gibi birçok örneklendirme yapılabilir. Ülkemizden ise Eminönü balık ekmek, Mersin tantuni, Ortaköy kumpir, İzmir boyoz, Bursa İnegöl köfte ve macun, Afyon sucuk ekmek gibi saymakla bitmeyen tatlar örnek verilebilir (Bayraktar ve Zencir, 2019). Ülkenin, dünyanın yerel lezzetleri haline gelen ve gelişmeye, geliştirmeye devam eden bu tatların karakteristik özellikleri vardır. Bunlar:

1. Yapıldığı, kullanıldığı bölgeyi tanıtır.
2. Besin olarak faydalı ürünler kullanılır.
3. Geleneksel yöntemler kullanılır.
4. Bölge ile bağlantısı vardır.
5. Yöresel alanda üretimi yapılan birden fazla tipik (sıfat) bileşen içermektedir.
6. Tarihimize ve gelenek, göreneklerimize saygılıdır.

Kaynak: Privitera, D. ve Nesci, F. S. (2015)

SOKAK LEZZETLERİ KAVRAMININ TARİHÇESİ

Sokak lezzetleri kökeni çok eskilere dayanmaktadır. Başka bir deyişle adı 'sokak yemeği' olarak bilinmektedir. Kökeni Antik dönemden günümüze kadar gelmektedir. Seyyar satıcı olarak çalışan kişiler yulaf lapasını, fırınlanmış ürünleri satmak için çubuk kullanmaktadırlar. İnsanoğlunun ticaret hayatı takas ile başlamaktadır. Para icat edilince bu yöntem farklı boyutlar kazanmıştır. Kalabalık ve toplu etkinlikler neredeyse orada bu tarz etkinlikler gerçekleştirilmiştir. Buralarda yaşamını sürdüren insanların yeme-içme gereksinimlerini sokak lezzetleri ile karşılamaları bu alanda gelişimin devam ettiğini göstermektedir (Yılmaz ve Altunbağ, 2018). 18. yüzyılda ise Fransa'daki satış yapan insanların yeme-içme için sundukları ürünler sokak lezzetleri kültürüne katkı sağlamaktadırlar (Samancı, 2016). Osmanlı döneminde ise şehir

içindeki meydanlarda, çarşıda yapılan yiyecek-içecek satışları esnafların gündelik hayatlarındaki olmazsa olmazlarındandır (Mazak, 2011)

O zamanlarda satışı yapılan sokak lezzetleri; süt, simit, üzüm, sarımsak, macun, şerbet, havyar, akide şekeri şeklinde örnekler verilerek sıralanabilir (Yelsalı, 2017). Bozdoğan (2011) gerçekleştirmiş olduğu “Street Food Of Turkey” adlı çalışmada Türkiye’de bulunmakta olan sokak lezzetlerinden bahsetmiştir. Tüketimlerini mevsimlere ayırarak ele almış ve sınıflandırmıştır. Çalışmada ismi geçen bazı sokak lezzetleri; kestane, mısır, midye, buzlu badem, kokoreç olarak örneklendirilir (Altunbağ, 2020).

Antik yunanda kızarmış küçük balıklar veya sosislerden oluşan yiyecekler olarak bilinmektedir. Antik Roma zamanında durumu olmayan, yoksul kesim yemek hazırlamak için imkân bulamazdı. Bu nedenle ise dışarıda yemek yeme isteğinde bulundukları gözlemlenmiştir. Zengin kesim sokakta yemek yeme durumunun imaj olarak zedeleyici görmüştür. Bu sebepten dolayı restoran, lokanta gibi yerleri tercih etmişlerdir. Kısaca sokak lezzetleri yoksul kesimin simgesi haline gelmiştir (İrigüler ve Öztürk, 2016).

Zengin kesim ne kadar tüketim yapmak istese de imaj zedeleneyeceğini düşündüğü için bu lezzetlerden mahrum kalmıştır. Fakat evlerinde bulunan çalışanlara aldırarak da tüketim yapanlar bulunmaktadır (Bozkurt, 2021).

Günümüzde ise lüks mekânların bile menüsünde en çok tercih edilen yiyecek ve içecekler olarak yer almaktadırlar (Taşpınar, 2017). Fastfoodun çok popüler hale gelmesine rağmen sokak lezzetleri tüketiminin hala devam ettiği görülmektedir (Solunoğlu, 2018). Bu lezzetler Türk toplumu tarafından tercih edilen beslenme şekli olarak devam edecektir ve geçmişten günümüze gelişip, geliştirilip, ilerletilecektir (Şeker, 2018).

TÜRKİYE VE DÜNYADA SOKAK LEZZETLERİ

Türkiye’de Sokak Lezzetleri

Ülkemiz kendine özgü tarihi, kültürel geçmişi, mevsim özellikleri ile günümüze kadar gelişen sokak lezzetlerine ve beslenme kültürüne sahiptir. Birçok toplumu içinde barındırmasından dolayı da zengin bir miras yapısına sahiptir (Güzeler ve Özbek, 2017; Solunoğlu, 2018). Orta Asya’dan göç etmiş olan Türklerin Bizans, Roma, Selçuklu gibi çok sayıda medeniyetin etkisinde olarak şekillenmiş sokak lezzeti geçmişi vardır. Ayrıca bu lezzetler Balkan-Akdeniz mutfakları ile de harmanlanarak Anadolu sınırlarını aşmışlardır (Kraig ve Sen, 2013).

Osmanlı'da ilk yasal gıda satışı 1502'de 2. Sultan Bayezit döneminde yasal hale getirilmiştir. Bitkilerden oluşan şekerlemeler, turşu suları, balıklar, simit gibi birçok ürün yaygındır.

Türkiye’de Sık Tüketilen Sokak Lezzetleri	
Simit	Balık ekmek
Kestane	Kokoreç
Boza	Tavuklu pilav
Şırdan	Kumru
Islak hamburger	Çibörek
Kelle söğüş	Döner

Kaynak: Demir vd. (2018)

Her bölgede farklı lezzetler olması kentine has olan kültürlere, tada sahip olduklarını göstermektedir. Osmanlı’dan günümüze mis kokan kahveler, bardakta satılan turşu suları, tarçınlı salepler vb. birçok ürün adından söz ettirerek gelmiştir (Sormaz ve Özata, 2018). Günümüzde bu lezzetlerden bazıları fast-food terimine uygun olan tüketim ürünlerindendir. Açık yerlerde satışı yapılmaktadır. Restoran ve kafelerde ise yine birçoğunun üretimi ve satışı yapılmaktadır.

Dünya’da Sokak Lezzetleri

Hızlı bir şekilde, ayaküstü tüketimi yapılan sokak lezzetleri gelişmiş, gelişmeye devam eden ülkelerde günlük olarak tüketilmektedir (Karasavuran,2018). Sokak lezzetlerinin “Street Food Square Association”, “British Street Food Association”, “Atlanta Street Food Coalition” gibi örneklerini verdiğim çeşitli kuruluşlar bu lezzetlerin devamını getirerek sürekliliğini sağlıyorlar ve devamı için faaliyet gösteriyorlardır (Aydın, 2020). Bunların yanında “Los Angeles Street Food Fiest”, “Prague Street Food Festival” gibi festivaller düzenlenmektedir. (İrigüler ve Özturk, 2016).

Sokak lezzetlerinin bileşenleri ülkelere özgü olup belgelenme gibi bir fırsatı yoktur. Fazlasıyla değişik tatlar, tarifler olması nedeni ile de liste haline

getirilmesi zor olmuştur. Afrika’da 30002den fazla sokak lezzetleri kapsamına giren lezzet vardır. Et, tavuk, balık, tahıl, meyve, baklagil gibi birçok besini içermektedir (Draper, 1996).

Dünya’da Sokak Lezzetlerinin En İyi 10 Kenti Conde Nast Traceker (2016)	
Singapur	Bangkok
Tokyo	Barselona
Prag	Budapeşte
Münih	Paris
Hong Kong	İstanbul

Kaynak: İrigüler ve Öztürk (2016)

SOKAK LEZZETLERİ SATICILARI VE KULLANDIKLARI ARABALAR

Sokak satıcıları olarak adlandırdığımız kişiler 3 grup olarak hareket etmektedirler. En çok kullanılan ve yaygın olanlar “mobil “olarak tanımlanmaktadır. Bisiklet, motor ile kutu, sepet taşımaktadırlar. Ürünler çeşit çeşittir. Birbirinden farklı fazlasıyla lezzet vardır. Her türden ürün satışını yapmaktadırlar. İkinci olarak “yarı-mobil “grubu ele alınmaktadır. Kısa mesafeli yerlerde üretimi yapılan ve gün ya da sezon içinde önceden yeri belirlenen kısımlara gidip gelme durumuna denmektedir. Üçüncü grup olarak “sabit “satıcı kısmı yer almaktadır. Bu grup adından da anlaşıldığı üzere sabit bir yerde satışını yapan kişilere denir. Ulaşım daha kolay ve maliyet olarak ucuzdur. Katlanır sandalyelerde, oturarak, masalarda, hizmetlerini vermektedirler (Aydın, 2020).

Sokak lezzetleri denildiğinde akla gelen ilk örneklerden birisi New York'taki lezzet arabalarıdır. Sosisli sandviçler de bu lezzetlere verilebilecek en güzel örneklerdendir. Servislerde ekonomik olarak pahalı olmayan, değeri az olan plastik çatal, kaşık, bıçak, tabak kullanılmaktadır. Kullanılan ürünlere göre de ekmek, lavaş vb. unlu mamuller ile servis edilmektedir (Ballı, 2016). Sunumdaki farklılıklar geçmişten günümüze değişmiştir. Bunların yanında üretim yapan kişilerin kullandıkları servis araçları da bu değişimden etkilenmiştir. Günümüzde kullanılan seyyar araç ve gereçlere dair bilgilere aşağıda yer verilmiştir.

1. Tahta- Alüminyum Tepsiler

Taşıması kolay olduğu için çoğu satıcı caddelerde servis için kullanılmaktadır. Simit, açma tarzı hamur işi ürünlerde kullanılır. Son zamanlarda midyenin de satışının yapıldığı görülmektedir.

2. Tekerlekli Arabalar

Üç veya dört tekerlekli olmaktadırlar. İkiye ayrılan bu arabalar camekânı ya da üstü açık tarzda olmaktadır. Simit arabası olarak da kullanılır. Çatal kurabiye denilen lezzetin de satışı yapılmaktadır. Kestane, mısırı da unutmamak gerekir. Üç tekerlekli olan arabalarda ise şambali, tulumba, lokma vb. tatlıların satışları yapılmaktadır. Bunun yanında ızgaralı modellerinde gözleme, sucuk ekmek gibi sokak lezzetlerinin servisi yapılmaktadır (Mutfak Ekipmanları- Sanayi Tipi, 2018).

3. Tavuklu- Nohutlu Pilav Arabaları

Pilavın alt tarafının ısı aldığı arabalara denilmektedir. Alttan alınana ısı ile benmari şeklinde ürünü ısıtmaktadır. Üst taraftaki ısıtma ise pilavı taze ve sıcak tutmaktadır. Yemeğin yanında ikram edilen ekstra tavuk, ketçap, nohut da tüketim yapan kişilere sunulmaktadır (Mutfak Ekipmanları- Sanayi Tipi, 2018)

4. Kokoreç Arabaları

Üç tane tekeri olması ile birlikte kömür ile pişirme yapmaktadır. Alta tarafında bulunan kömür bölümü ile ısıtma, pişirme yapılmaktadır. Bağırsaklar metal ızgaralarda pişirilmektedir. Doğrama işlemleri yapılan kısımları da bulunmaktadır (Girgin, 2019).

5. Sabit Tezgâhlar

Büfeye benzeyen alanlardan oluşmaktadır. Sokak, caddelerin başlarında bulunmaktadırlar. Tost makinesinden, taze sıkım meyve suyuna kadar birçok

lezzet yapılmaktadır. Ek örnek olarak da patates kızartması, soğuk sandviç verilebilir (Bozkurt, 2021).

SOKAK LEZZETLERİNİN SAĞLIK-HİJYEN-BESLENME BOYUTU

Hastalıkların büyük bir kısmı gıdalardan kaynaklanmaktadır (Alimi ve Worknek, 2016). Her yıl 2 milyara yakın insan zehirlenmektedir. Bu zehirlenmelerdeki sebep ise gıdaların tedarikteki aksaklıklarından kaynaklanmaktadır (Solunoğlu ve Nazik, 2018). Birçok araştırma yapılmıştır. Çoğunun sonucunda bu lezzetlerdeki hijyenin iyi durumda olmaması sebebi ile insanların tereddüt ederek almak istemediği görülmüştür (Hasdemir, 2022). Bu durumlara, sonuçlara rağmen hijyen açısından bir hareketlilik görülmemiştir. Bundan dolayı insan sağlığı ve hijyen üzerinde durulması gerektiği görülmektedir (Ballı, 2016).

Son zamanlarda artan nüfus ve kentleşme sebebi ile sokak lezzetleri ticaretinin gayri resmi gelişiminde önemli artışlar, gelişmeler olmuştur (Ok ve Kuria, 2005; Omemnu ve Aderju, 2018). Dünya Sağlık Örgütü, Birleşmiş Milletler ve Gıda tarım örgütü sokak lezzetleri satışının gelişim göstermesi için uluslararası eğitimler organize etmektedir (Ballı, 2016).

Oluşan hastalıkların artma sebepleri olarak uygun olmayan depo koşulları, çapraz bulaşma örnekleri ve daha birçok örnek verilebilir. Bu yüzden bu lezzetlerin hazırlandığı, satışa çıkarıldığı, tüketim yapıldığı yerlerin bulaşmalar için uygun olduğu bilinmelidir (Rane, 2011). Hamur, pirinç, çığ olarak tüketimi yapılan asiti az gıdaların yeterli olmayan ısıda pişirilmesi veya uygun olmayan yerde bekletilmesi zehirlenmeler için yüksek risk taşımaktadır (İrigüler vd., 2016). Bu lezzetlerin ekonomik, ulaşılır bir durumda olması tüketen kişilerin tercih ederken hijyen, sağlık kısmını göz önünde bulundurmadığı da görülmektedir (Yıldırım ve Albayrak, 2019).

Akşit, (2019) araştırmasında tüketici kısmın ürünleri hijyen açısından olumlu bulmamasına rağmen memnun oldukları tanısına varmıştır. Neden olarak gelirlerinin düşük olması, hijyeni önemsememeleri, lezzetlerin psikolojik olarak tüketiciyi tatmin ettiğini belirtmiştir. Sokak lezzetlerin tüketicinin sağlığı açısından tehdit unsuru oluşturmaması için akademik anlamda destekler alınarak sağlığın ön planda tutulması önemli olacaktır (Bayram, 2020).

SOKAK LEZZETLERİNİN EKONOMİK BOYUTU

Sokak lezzeti üreticileri ve tüketiciye sundukları ürünler ile hem turistik hem de kültürel bir sembol haline gelmişlerdir (Bhowmik, 2005). Rağbet gören bu lezzetler gelişmekte olan ülkelerde önemli ekonomik katkılara sahiptir. İş alanı açma açısından büyük olan sokak lezzetleri işletmenin tipi açısından ise

minimaldir. Bundan dolayı da yatırım olarak büyük birikimlere gerek yoktur (Hasdemir, 2022). Sağlık açısından olumsuz olmalarına rağmen ekonomiye önemli katkılar sağlamaktadırlar (Dönmez-Polat ve Gezen, 2017).

Sektörün içinde önemli gelir ve seçenek kaynağı oluşturur. Bunu yanında genç nüfus kısmına sokak lezzetleri alışkanlıklarından dolayı iş olanağı sağlamaktadır. Bu durum da ekonomik bir hareketlilik oluşturur (Demir vd. 2018). Dördüncü Sanayi Devrimi sebebi ile satın alma gücü artmıştır. Çalışan sektörde kadınların sayısının artması, yoğun çalışma hayatında beslenme bölümüne ayrılan zamanı azaltmıştır. Bu durumda sokak lezzetlerine olan yönelim artmıştır. Fiyatlar ise tüketici kısmını direkt olarak etkilemektedir (Nişancı-Özdoğan ve Bölüktepe, 2018).

Günümüzde market tarzı birçok yerde ekonomik bir ögeye dönüşmüştür. Pazarlar, süpermarketler gibi geniş alanlara yayılarak yerleşik hayatın bir parçası haline dönüşmüştür (Bayraktar ve Zencir, 2019).

SONUÇ

İnsanların temel ihtiyaçlarından olan yeme ve içme gereksinimleri çevresel, kültürel, ekonomik vb. birçok faktörden etkilenmektedir. Uzun yıllar boyunca insanlar bu ihtiyaçlarını karşılamak için farklı yollar denemişlerdir. Sokak lezzetleri eski zamanlardan bu yana toplumumuzun yeme-içme ihtiyaçlarını karşılayan unsurlar arasında önemli bir yerde konumunu almıştır. Bunun en önemli nedeni hem zamandan tasarruf sağlanarak yapılması hem de lezzettir.

Günümüzde çok popüler hale gelmiş ve gittikçe genişleyen bir unsura dönüşmüştür. Sosyal medya, televizyon, yemek programları, yemek yarışmaları gibi unsurlar sayesinde gittikçe genişlemeye devam etmektedir. Sokak lezzetleri yeni lezzetler, denenmek istenen tatlar, merak, arayış içinde olan herkesin ilgi odağı halindedir. Ülkemiz hatta dünya çapında bile kendini göstermektedir. Türk mutfağı savaşlar, göçler sebebi ile kültür sentezlenmesi yaşamış ve zenginleşmiştir. Bu durum sokak lezzetlerine yansımış ve farklı tatlar oluşarak sokaklarda üretim ve satışa katkılar sağlamıştır.

Sokak lezzetleri, sadece büyük başkentlerde değil, aynı zamanda küçük bölgelerde de yaygın olan küresel bir olgu olarak sunulmaktadır ve gençler dahil olmak üzere birçok tüketiciye hitap etmektedir. Günümüzde ev dışında yemek yeme eğilimi artmıştır. Bu durum, sokak yemeğini normal yemeğin bir alternatifi olarak ciddi bir şekilde ortaya koymaktadır. Sokak yemeği, aynı zamanda, tipik ulusal yemeklerin keşfi olarak da karşımıza çıkmaktadır. Sokak yemeği tüketicileri, "Sokak yemeğini keyifle tüketmek, yalnızca fiziksel enerji ihtiyacını karşılamakla kalmaz, aynı zamanda kendi ve diğer bölgelerin mutfak geleneğinin zaman içinde devamlılığını garanti altına alır" demektedirler.

Sokak lezzetleri dünya genelinde tercih edilmektedir hatta 2015 Milano, İtalya Dünya Fuarı'nda sokak yemeğine ayrılan alan en çok ziyaret edilenler arasında olmuştur. Bu önemli gelişmeler, tipik sokak lezzetlerinin ürün geliştirme süreçleri ve kültürel ve gastronomik geleneklerle ilişkilendirilmiş yeni turistik etkinliklerin belirlenmesi açısından referans niteliği taşımaktadır. Ayrıca, turizm, sokak yemeği ve gıda güvenliği arasında yakın bir ilişki olduğunu vurgulamak da önemlidir; bir araya geldiğinde, ziyaretçiler ve yerel halk için destinasyon performansı ve imajına olumlu etki edebilir.

Bu birleşim, turistlerin ve yerel halkın yararına olacak şekilde destinasyonun güvenilir bir şekilde geliştirilmesine katkıda bulunabilir. Sokak yemeği deneyimi, bir bölgenin kültürüne ve kimliğine bir pencere açarak, ziyaretçilere unutulmaz bir lezzet ve kültürel deneyim sunar. Bu nedenle, sokak yemeğinin turistik etkinliklerle birleştirilmesi, ziyaretçi memnuniyetini artırırken, aynı zamanda yerel ekonomiye ve kültürel mirasa katkı sağlayarak turistik destinasyonun çekiciliğini artırır.

Günümüzde gittikçe gelişerek büyük alanlar kaplayan bu lezzetler turistlere büyük imkânlar sunmaktadır. Bölgemizin, ülkemizin kendine has lezzetlerini, kültürlerini deneyim edebilme şansı sağlamaktadır. Dolayısıyla sokak lezzetleri, bir destinasyona ait yerel kültürün tanıtılması ve gastronomik açıdan kültürel değerlerinin sürdürülebilmesi açısından da önemli bir rol üstlenmektedir.

KAYNAKÇA

6. Akşit, N. (2019). Yerli Turistlerin Sokak Yiyeceklerine Yönelik Tutumlarının Belirlenmesi. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4 (1) , 47-61.
7. Alimi, B. A. & Workneh, T. S. (2016). “Consumer Awareness And Willingness To Pay For Safety Of Street Foods İn Developing Countries: A Review”. *International Journal Of Consumer Studies*, 40(2), 242-248
8. Altunbağ, E. (2020). Türkiye’de Yazılı Medyada Sokak Lezzetleri. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Eskişehir.
9. Aydın. B. (2020). Sokak Lezzetlerinin Gıda Güvenliği Açısından Değerlendirilmesi. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Gedik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. İstanbul.
10. Ballı, E. (2016). Gastronomi Turizmi Açısından Adana Sokak Lezzetleri. *Journal Of Tourism & Gastronomy Studies*, 4(Special Issue 1), 3-17.
11. Bayraktar, G., & Zencir, E. (2019). Sokak Satıcılarının Gözünden Sokak Lezzetleri: İzmir Örneği (Street Foods From The Perspective Of Sellers: İzmir Case). *Journal Of Tourism & Gastronomy Studies*, 7(2), 1367-1382.
12. Bayram, R.(2020). Ziyaretçilerin Sokak Lezzetlerine Yönelik Gastronomik İmaj Algısının Satın Alma Niyetine Etkisi: Antalya Örneği, Yüksek Lisans Tezi
13. Bhowmik, S. K. (2005). Street Vendors İn Asia: A Review. *Economic And Political Weekly*, 40(22–23), 2256–2264.
14. Bozdoğan, H. (2011). Street Food Of Turkey, Singapore: Marshall Cavendish Cuisine
15. Bozkurt, İ. (2021). Gastronomi Turizmine Sokak Lezzetlerinin Etkileri: İstanbul Avrupa Yakası Örneği [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. İstanbul Ticaret Üniversitesi.
16. Demir, Ş., Akdağ, G., Sormaz, Ü., & Özata, E. (2018). Sokak Lezzetlerinin Gastronomik Değeri: İstanbul Sokak Lezzetleri. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(Ek1), 589-601.
17. Dönmez Polat, D. Ve Gezen, A. (2017). Gastronomide Sokak Yiyecekleri Ve Satıcıları: Teorik Bir Çalışma. *Journal Of Tourism And Gastronomy Studies*, 5(2), 117124.
18. Draper, A. (1996). Street Foods İn Developing Countries: The Potential For Micronutrient Fortification. John Snow, Incorporated, Omni Project.

19. FAO, (2007). Selling Street And Snack Foods. FAO Diversification Booklet 18. [Http://Www.Fao.Org/3/A-İ2474e.Pdf](http://www.fao.org/3/a-i2474e.pdf) Son Erişim Tarihi: 17.08.2017.
20. Girgin, G. (2019). Tüketicilerin Sokak Lezzeti Tercihleri Ve Hijyen Algılarının Kişilik Tiplerine Göre İncelenmesi. Yüksek Lisans Tezi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği, Muğla
21. Güzeler, N. Ve Çağla, Ö. (2017). Conceptual Analysis Of Street Flavors Of Turkey. Annals Of The University Of Craiova-Agriculture, Montanology, Cadastre Series, 47(2), 147- 155.
22. Hasdemir, G., Boran, N., & Küçükkömürler, S. (2022). New Trends İn Gastronomy: Neuro-Gastronomy. Uluslararası Turizm, Ekonomi Ve İşletme Bilimleri Dergisi (IJTEBS) E-ISSN: 2602-4411, 6(1), 30-41.
23. Higman, BW (2012). Yemek Nasıl Tarihe Geçti. Chichester (İngiltere); Malden, Mass: Wiley-Blackwell.
24. İrigüler, F., & Öztürk, B. (2016, December). Street Food As A Gastronomic Tool İn Turkey. In *II. International Gastronomic Tourism Congress Proceedings* (49-64).
25. Kargiglioğlu, Ş. , Erkol Bayram, G. & Çetin, Y. (2019). Gastronomi Turlarının Coğrafi İşaretili Ürünler Aracılığı İle Oluşturulması: Batı Karadeniz Turları Örneği . Gastroia: *Journal Of Gastronomy And Travel Research* , Iv. Uluslararası Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu Özel Sayısı , 624-639
26. Karsavuran, Z. (2018). Sokak Yemekleri: Farklı Disiplinlerin Yaklaşımı Ve Gastronomi Turizmi Alanında Sokak Yemeklerinin Değerlendirilmesi. *Journal Of Tourism & Gastronomy Studies*, 6(1), 246-265.
27. Kraig, B. & Sen, C. T. (2013). Street Food Around The World: An Encyclopedia Of Food And Culture. Abc-Clio, Llc. Ca, Usa.
28. Mazak, M. (2011). Osmanlı'da Şerbetçi Esnafı, [Http://Mehmetmazak.Net/Makale/3/271osmanlida-Serbetci-Esnafi-Mesale-Dergisi2007#.Wwatxyifpiu](http://mehmetmazak.net/makale/3/271osmanlida-serbetci-esnafi-mesale-dergisi2007#.Wwatxyifpiu), (15.07.2023)
29. Mutfak Ekipmanları-Sanayi Tipi. (2018). 11 2020 Tarihinde [Https://Www.Sanayitipi.Com/Blog/2020/09/14/Pilav-Arabasi-Cesitleri-Ve-Kullanimi/](https://www.sanayitipi.com/blog/2020/09/14/pilav-arabasi-cesitleri-ve-kullanimi/) Adresinden Alındı
30. Nişancı-Özdoğan Und Bölüktepe, 2018, S. 61-62). Nişancı-Özdoğan Und Bölüktepe, 2018, S. 61-62).
31. Njaya, T. (2014). Operations of street food vendors and their impact on sustainable urban life in high density suburbs of Harare, in Zimbabwe.

32. Ok, M Ve Kuira, E. (2005) Hygienic And Sanitary Practices Of Vendors Of Street Food Ğn Nairobi, Kenya. African Journal Of Food Agriculture And Nutritional Development (Ajfand), 5 (1), 2005.
33. Rane, S. (2011). Street Vended Food Ğn Developing World: Hazard Analyses. Hazard Analyses, Indian Journal Of Microbiology, 51(1), Pp.6-100.
34. Samancı, Ö. (2016). Modern Çağ'da Fransız Mutfağının Gelişimi. Gastronomi Tarihi İçinde Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, 132-152.
35. Solunoğlu, A. (2018). Sokak Lezzetlerine İlişkin Tüketici Tutumları: Gaziantep Ve İstanbul Örnekleri, Doktora Tezi
36. Solunoğlu, A., & Nazik, M. H. (2018). Sokak Lezzetlerine İlişkin Tüketici Tercihleri: Gaziantep Örneği. *Journal Of Tourism & Gastronomy Studies*, 6(3), 40-59.
37. Şeker, İ. (2018). Sokak Yemekleri (Akbaba, A. Ve Çetinkaya, N., Eds.) Gastronomi Ve Yiyecek Tarihi. Detay Yayıncılık.
38. Taşpınar, O. (2017). Gastronomi Turizmi Kapsamında Değerlendirilen Ürünlerin Marka Farkındalık, Bilinirlik Ve Marka İmajı İlişkisinin İncelenmesi: Şaraplar Üzerine Bir Araştırma. *Journal Of Current Researches On Social Sciences*, 7(2), 23-24
39. Tinker, I. (1987). Sokak Yemeklerini Yasallaştırma Örneği. *Ceres*, 20, 26-31.
40. Yelsalı, R. (2017). Osmanlı Zamanından "Keşke Hala Olsa" Dedirten 16 Seyyar Satıcı, <https://Yemek.Com/Osmanli-Seyyar-Saticilar/>, (20.07.2023).
41. Yıldırım, Ö., & Albayrak, A. (2019). Yabancı Turistlerin İstanbul Sokak Yemeklerini Değerlendirmeleri Üzerine Bir Çalışma. *Journal Of Tourism And Gastronomy Studies*.
42. Yılmaz, H., Altunbağ, E. (2018) Yazılı Medyada Sokak Yemekleri. Uluslararası Gastronomi Turizmi Araştırmaları Kongresi'nde Sunulan Bildiri. Kocaeli: Kocaeli Üniversitesi.

19. Bölüm

Mobil Perakendecilikte Tüketicilerin Satın Alma Niyetine Etki Eden Faktörlerin İncelenmesi¹

İbrahim YEMEZ²

Cansu TUNAHAN³

1 Bu çalışma 10-12 Temmuz 2023 tarihlerinde İstanbul'da gerçekleştirilen I. Uluslararası Rumeli Toplum ve Eğitim Bilimleri Kongresi'nde sunulan bildirinin genişletilmiş ve revize edilmiş halidir.

2 Dr. Öğr. Üyesi, Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, İletişim Fakültesi, ibrahimyemez@cumhuriyet.edu.tr, ORCID ID: 0000-0003-3176-6394

3 Arş. Gör., İstanbul Rumeli Üniversitesi, İkt. İdr. ve Sos. Bil. Fak., cansu.tunahan@rumeli.edu.tr, ;ORCID ID: 0000-0001-8953-9739

Özet

Bu çalışmada tüketicilerin mobil uygulamalar üzerinden ürün satın alma niyetleri üzerinde Algılanan Fayda, Algılanan Kullanım Kolaylığı, Sübjektif Norm, Güven ve Tutum faktörlerinin etkili olup olmadığı incelenmek istenmiştir. Çalışmada ayrıca Algılanan Fayda, Algılanan Kullanım Kolaylığı, Sübjektif Norm ve Güven faktörlerinin tüketicilerin mobil perakendeciliğe yönelik tutumlarına etkisine de bakılmıştır. Çalışma kapsamında 1-31 Mayıs 2023 tarihlerinde online anket metoduyla, 18 yaşından büyük 489 kişiden veriler toplanmıştır. Toplanan verilere Smartpls programıyla ilk olarak Faktör Analizi yapılmış ve kullanılan ölçeğin geçerlilik ve güvenilirliği ortaya konmuştur. Daha sonra araştırma modeli Yol Analizi test edilmiş; Algılanan Fayda, Algılanan Kullanım Kolaylığı, Sübjektif Norm ve Güven faktörlerinin Tutum ve Satın Alma Niyeti üzerinde doğrudan ve dolaylı etkilerine bakılmıştır. Elde edilen bulgulara göre Algılanan Fayda ve Sübjektif Normun Satın Alma Niyeti üzerinde ve yine Sübjektif Normun Tutum üzerinde herhangi bir anlamlı etkisi yoktur. Ancak diğer yolların tamamı anlamlı bulunmuştur. Buna göre Algılanan Fayda, Tutumu yaklaşık %50 ve pozitif etkilemektedir. Algılanan Kullanım Kolaylığı, Tutumu yaklaşık %28 ve pozitif etkilemektedir. Güven, Tutumu yaklaşık %19 ve pozitif etkilemektedir. Yine Algılanan Kullanım Kolaylığı, Satın Alma Niyetini yaklaşık %29 ve pozitif etkilemektedir. Güven, Satın Alma Niyetini yaklaşık %31 ve pozitif etkilemektedir. Son olarak Tutum değişkeni ise Satın Alma Niyetini %27 ve pozitif etkilemektedir. Tüm faktörler ise Satın Alma Niyetini toplu olarak yaklaşık %71 ve pozitif bir şekilde etki etmektedir.

Anahtar Kelimeler: Mobil Perakende, Satın Alma Niyeti, Tutum, PLS-SEM

GİRİŞ

İnternet dünyasının hayatımızdaki kullanım alanının artışı ve alışveriş için bir kanal haline gelmesi ile, günümüz tüketicileri istedikleri zaman diliminde ve istedikleri yerde alışveriş yapabilir hale gelmişlerdir. Yapılan çalışmalar, günümüzde özellikle B2C (Business to Consumer-İşletmeden Tüketicie) alanında mobil cihazlar üzerinden sürdürülen satın alma faaliyetlerinin gün geçtikçe arttığını göstermektedir (Kim vd., 2004:28). Bu nedenle, pazarlama uzmanları tarafından tüketicileri yeniden satın alma niyetine iten unsurların tespit edilmesi son derece önemlidir (Mirabi vd., 2015:267). Zira, mobil perakendecilik faaliyetlerinin başarılı bir şekilde sürdürülmesi noktasında tüketici davranışlarının anlaşılması gerekmektedir (Holmes vd.,2013:26).

Satın alma niyeti, bir nesne üzerindeki belirli bir davranışı gerçekleştirebilmeye yönelik bilişsel planları içeren davranışsal niyetlerin bir parçasıdır (Chu ve Li, 2008:216). Bireyin gelecekte sergilemesi beklenen tutum ve davranışlara yönelik harekete geçme olasılığıdır. Bu bağlamda niyet, işletmeler için son derece önemlidir. Çünkü, birçok işletme, stratejik kararlarını tüketici davranışlarına yönelik öngörülerini referans alarak vermektedir (Sohn ve Kim, 2020:3). Niyet, ürüne ya da markaya bağlı unsurlara, içsel ve dışsal motivasyonlara göre değişebilmektedir (Mirabi vd., 2015:268). Bu bağlamda, bahsedilen içsel ve dışsal motivasyonların satın alma niyetine ne düzeyde ve ne yönde etki ettiğini tespit etmek, mobil perakende işletmelerinin gelecekte sürdüreceği stratejileri oluşturma noktasında belirleyici bir unsurdur. İşte bu nedenlerden ötürü bu çalışmada mobil perakende uygulamalarını kullanan tüketicilerin bu uygulamalar üzerin satın alma niyetlerine ve bu uygulamaları kullanma tutumlarına etki eden faktörler, yapısal bir model üzerinden ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Çalışma dört bölümden oluşmaktadır. İlk olarak genel bir giriş yapılarak mobil perakendecilikten bahsedilmiştir. İkinci bölümde araştırma modelinde yer alan algılanan fayda, algılanan kullanım kolaylığı, sübjektif norm, güven, tutum ve satın alma niyeti faktörleri literatürden yararlanarak kavramsal çerçeve başlığı altında açıklanmıştır. Daha sonra araştırma konusuyla doğrudan ilgili olan, alan yazındaki çalışmalar literatür taraması başlığında verilmiştir. Dördüncü bölümde araştırmanın metodolojisinden bahsedilmiştir. Beşinci bölümde ölçeğe ve araştırma modeline dair bulgular verilmiş ve son olarak sonuç bölümünde ise bulgular yorumlanmış, öneriler ve kısıtlardan bahsedilmiştir.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2000’li yılların başından beri yaşantımızda temel bir unsur haline gelen mobil perakendecilik faaliyetleri, birey ve işletmelere sağlamış olduğu büyük

kolaylıklar nedeniyle son derece yaygın bir kullanım alanı elde etmiştir (Groß, 2013:221). Mobil perakendecilik kanalının zamansal ve mekânsal bir kısıtlamaya dayanmaksızın sınırsız hizmet sunması, kolay erişilebilirliği ve esnekliği, işletmelere daha evvel karşılanmamış birçok ihtiyacı karşılayabilme gücü vermiştir. Elektronik ticaret faaliyetlerinden farklı olarak mobil perakendecilik sektörü, müşteri grubuna, kişiselleştirilmiş bilgi paylaşımı, doğrudan, canlı ve gerçek bir bilgi akışı yaratma olanağı elde etmiştir (Yang, 2010:262; Yang ve Kim, 2012:778). Wang vd.'ne (2015:217) göre, perakendecilik sektöründe sürdürülen her iki satın alma davranışlarının en az biri mobil cihazlardan gerçekleşmektedir. Dolayısıyla, mobil perakendecilikte meydana gelen bu büyüme, girişimciler ve pazarlamacılar için geniş bir faaliyet alanı yaratmıştır.

Mobil perakendecilik faaliyetlerinin bu denli yoğunlaşması, müşteri davranışlarının anlaşılmasını neredeyse zorunlu kılmıştır. Müşterilerin farklı alışveriş motivasyonları ile satın alma davranışı sergilemesi farklı alışveriş kalıplarını da beraberinde getirmiştir. Dolayısıyla, geleneksel alışveriş kanalları ile mobil perakendecilik kanalları arasındaki yapısal farklılık, halihazırda kabul gören müşteri istek ve ihtiyaçlarına yönelik genel bilgilerin doğruluğunu sorgulatmıştır (Yang ve Kim, 2012:778-779). Yapılan çalışmalar, tüketicilerin davranışsal niyetlerine etki eden unsurların bilincinde olan işletmelerin müşterileriyle daha uzun ömürlü ve etkili ilişkilere sahip olduğunu göstermiştir. Bu nedenle, tüketicilerin satın alma niyetlerini etki eden etmenlerin bilinmesi işletmeler açısından son derece kıymetlidir (Mirabi vd., 2015:267).

Müşterilerin mamul ya da hizmete yönelik satın alma tercihlerini kapsayan satın alma niyeti, alışveriş kanalına göre değişkenlik göstermekte ve tüketicinin ilgili kanala yönelik satın alma nedenlerini kapsamaktadır (Younus vd., 2015:9; Yang ve Kim, 2012:779). Literatürde niyetin herhangi bir davranışın sergilenmesinde temel yordayıcı ve insan davranışını tahmin etmede önemli bir güç unsuru olduğu kabul edilmektedir (Fishbein ve Ajzen, 1977:177). Niyet, ürüne ya da markaya bağlı unsurlara; içsel ve dışsal motivasyonlara göre değişebilmektedir (Mirabi vd., 2015:268).

Tüketicinin satın almaya yönelik kararlarını etkileyen birçok etmen bulunmaktadır. Satın alma kararı iç unsurlara ilaveten, dış unsurlar ile birlikte tüketicinin niyetine bağlıdır (Younus vd., 2015:9). Niyet, farklı müşteri grupları arasında mevcut ürünlere yönelik talepleri öngörme noktasında önemli bir unsurdur. Zira niyet bireye, davranışını etkileyebilecek faktörlerin tümünü değerlendirme imkânı vermektedir (Young vd., 1998:189). Bu bağlamda, bireyin niyetine etki eden unsurların tespit edilmesi için birçok çalışma yapılmıştır. Bunların başında, gerekçeli eylem teorisi ve bu teoriden türetilen planlı davranış teorisi gelmektedir.

Gerekçeli eylem teorisi, davranışsal niyetler ile gerçek davranışlar arasında ilişkiyi açıklamaktadır. Teori, bireyin bir eylemi gerçekleştirip gerçekleştiremeyeceğine karar verebilmek için eylemi gerçekleştirmesinden kaynaklanacak rasyonel sonuçları öngörme koşuluna sahiptir. Buradan hareketle, kişi olumlu sonuçların ortaya çıkacağına ne düzeyde inanırsa, eylemi gerçekleştirme olasılığı da o düzeyde artacaktır (Sohn ve Kim, 2020:3). Gerekçeli eylem teorisi, iradeye dayanan davranışlar ile sınırlıdır. Dolayısıyla, beceri, kaynak ya da fırsat gerektiren eylemler gerekçeli eylem teorisinin kapsamına girmemektedir (Conner ve Armitage, 1998:1430).

Bir eylemi gerçekleştirmenin ne derecede kolay ya da zor olduğuna yönelik algıları içeren planlı davranış teorisi ise, bireyin tutumu ile davranışı arasındaki ilişkiyi incelemekte ve tutum değişikliklerinin davranış değişikliklerine zemin hazırlayan bir faktör olduğunu öne sürmektedir (Sohn ve Kim, 2020:3). Planlı davranış teorisi, yalnızca iradeye dayalı boyutları kapsayan gerekçeli eylem teorisinden geliştirilen uzantı bir kuramdır. Bu iki teoride de ortak olan nokta, davranışın gerçekleşmesinde öncül değişkenin niyet olmasıdır (Ajzen, 1991:181).

Bu teoriler ışığında, bu çalışmada bireyin satın alma niyetine etki eden algılanan fayda, algılanan kullanım kolaylığı, sübjektif norm, güven ve tutum unsurlarının satın alma niyetine etkisi incelenmiştir. Algılanan fayda unsuru belirli bir eyleme yönelik olumlu sonuçlara odaklanmayı ifade etmektedir (Arora ve Aggarwal, 2017:95). Tüketicinin algılanan faydası, mobil perakendecilik faaliyetlerinde kendini ne kadar iyi hissettiği ile ilgilidir. Bu fayda, fizyolojik, psikolojik, sosyolojik ya da maddi bir fayda olabilmektedir (Bangkit vd., 2022:571). Mobil perakendecilik sektöründe tüketicilere sunulan esneklikler, geniş ürün yelpazesi, kıyaslanabilirlik gibi unsurlar tüketicilerin algılanan fayda faktörüne etki eden önemli unsurlardan bazılarıdır (Wani ve Malik, 2013:44).

Algılanan kullanım kolaylığı, bir bireyin bir sistemi kullanımında fiziksel ve zihinsel çabadan kurtulma seviyesini ifade etmektedir. Bir yapının kullanımı ne kadar kolaysa, bireyin o yapıya yönelik özellikleri öğrenme ve kullanımı sürdürme motivasyonu da o kadar yüksek olacaktır (Liv vd., 2020:4). Dolayısıyla, mobil perakendecilikte kullanılan bir uygulamanın kolay ve hızlı bir şekilde çalışıyor olması, tüketicinin satın alma davranışını pekiştirebilmektedir (Saoula vd., 2022:5). Yapılan çalışmalar, algılanan kullanım kolaylığı unsurunun tüketicilerin alışveriş kararlarında olumlu bir etkiye sahip olduğunu göstermiştir (Suleman vd., 2019:136; Cho ve Sagynov, 2015:23).

Sübjektif norm boyutu bireyin bir davranışı sergilerken elde edebileceği kazanımların olumlu ve olumsuz yönlerini kıyaslayarak eyleme yönelik geliştirmiş olduğu bakış açısını ifade etmektedir. Sosyal çevrenin normatif

beklentileri ile bakış açılarını referans almaktadır (Noor vd., 2020:34). Bu bağlamda, sübjektif normlar, karar alma noktasında önemli bir role sahiptir. Zira, sübjektif norm boyutuna göre, bireyin sosyal çevresi herhangi bir satın alma niyetini desteklediği takdirde, kişinin bu eylemi gerçekleştirme olasılığı artabilmektedir (Pena-Garcia vd., 2020:3).

Karşı tarafın kişisel çıkarları doğrultusunda fırsatçı davranmayacağına ve vaat edileni sağlayacağına yönelik inancı ifade eden güven unsuru, tüketici ile işletme arasındaki ilişkiyi pekiştirmek için son derece önemlidir (Eneizan vd., 2020:2555-2556). Güven, algılanan arayüz kalitesi ve e-WOM gibi unsurlarla yakından ilişkilidir. Yapılan çalışmalar mobil perakendecilikte kullanılan uygulamaların tüketicilerin güven seviyelerini önemli ölçüde etkilediğini göstermiştir. Özellikle siber saldırıların son derece yaygın olduğu günümüz koşullarında güven, tüketici niyeti üzerinde büyük bir etkiye sahiptir (Al-Debei vd., 2014:709-711).

Bireyin bir nesne ya da sonucu içeren belirli bir davranışı değerlendirmesini ifade eden tutum unsuru, tüketicinin niyetini doğrudan etkilemektedir (Fishbein ve Ajzen, 1977:179). Tüketici tutumu, bir tüketicinin bazı marka ya ürünlere yönelik duygu ve inançlarını kapsayan davranışsal niyetlerinden oluşmaktadır (Bhatt, 2014:30). Buradan hareketle, tüketicinin zaman içerisinde deneyim ve bilgi kazanması ile tutumlarının da değişkenlik gösterebileceği söylenebilmektedir. Tutum, bireyi davranışa yönlendirmesi nedeniyle son derece güçlü bir unsurdur. Yapılan birçok çalışma, tutum unsurunun bireyin satın alma davranışını etkileyen temel bağımlı değişken olduğunu ortaya koymuştur (Hasan, 2010:598).

LİTERATÜR TARAMASI

Mobil perakendecilik konusunda yerli ve yabancı alan yazında var olan çalışmalar incelenmiş ve araştırma konusuyla doğrudan ilgili olanlar aşağıda kronolojik olarak vermiştir.

Candemir vd. (2011) yaptıkları nitel araştırmada tüketicilerin mobil perakendeciliğe yönelik bakış açılarını ve eğilimlerini ölçmeyi amaçlamışlardır. Çalışma da tüketicilerin mobil alışverişlerde güvenlik önlemlerinin alındığını gösteren sertifikalara ve tatmin edici önlemlerin alındığını işletmelerin kendilerine hissettirmelerine, başka bir ifadeyle bilgilendirmelere önem atfettiklerini ortaya koymuştur.

Yaman (2017) yaptığı çalışmada tüketicilerin mobil alışveriş kanallarını kullanma niyetleri üzerinde etkili olan faktörleri ortaya koymaya çalışmıştır. Çalışma sonucunda mobil alışverişte uygulamaları kullanım niyetiyle algılanan kullanılabilirlik, algılanan kullanım kolaylığı ve algılanan zevk değişkenlerinin

pozitif ilişkili olduğu ve mobil perakende uygulamalarını kullanma niyetini belirli oranda açıkladığı tespit edilmiştir.

Marriott ve Williams (2018) yaptıkları çalışmada güven faktörünün tüketicilerin mobil perakendecilik kullanma niyetleri üzerinde etkisini korumaya devam eden bir unsur olduğunu tespit etmişlerdir.

Yaman ve Aydın (2020) yaptıkları çalışmada tüketicilerin mobilden alışverişi faydalı görme derecelerinin artmasının mobil perakendeciliğe yönelik tutumlarını pozitif olarak arttırdığını ve tüketicilerin mobil perakendeciliğe yönelik tutumları üzerinde en fazla etkinin algılanan fayda değişkeni olduğunu ortaya koymuşlardır.

Battal ve Bakır (2021) yaptıkları çalışmada mobil perakendecilikte tüketicilerin anında teslim gerçekleştiren online alışveriş uygulamalarını kabullerini etkileyen faktörleri ölçmeyi amaçlamışlardır. Çalışma sonucunda alışkanlık, performans beklentisi ve sosyal etki faktörlerinin tüketicilerin davranışsal niyetlerine etki eden faktörler oldukları bulunmuştur. Ayrıca çalışmada, alışkanlık faktörünün davranışsal niyeti en çok etkileyen faktör olduğu ve mobil uygulamaları kullanma üzerinde davranışsal niyetin de anlamlı bir etkisi olduğunu da bulmuşlardır.

Gündoğan ve Kazançoğlu (2021) yaptıkları çalışmada tüketicilerin mobil perakendecilik uygulamalarını kullanma ve kullanmama üzerinde etkili olan faktörleri saptamayı amaçlamışlardır. Çalışma sonucunda çevrimiçi inceleme, davranışsal niyet ve çevrimiçi destek değişkenlerinin mobil sipariş uygulaması kullanımını en çok açıklayan ilk üç değişken olduğu saptanmıştır.

Acat (2023) yaptığı çalışmada anında teslim hizmeti sağlayan mobil perakendecilerin kullanımının marka sadakati üzerindeki etkisine bakılmıştır. Çalışma sonucunda tüketicilerin mobil perakende uygulamaları üzerindeki yaptıkları alışverişleri geleneksel alışverişte tercih ettikleri marketleri kullandıkları görülmüştür. Ayrıca promosyon, fiyat uygunluğu, sadakat ve memnuniyet faktörlerinin anında teslim hizmeti sunan mobil uygulamaları kullanma sıklığı ile pozitif bir korelasyon gösterdikleri de tespit edilmiştir.

ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

Araştırmanın Çalışma Grubu

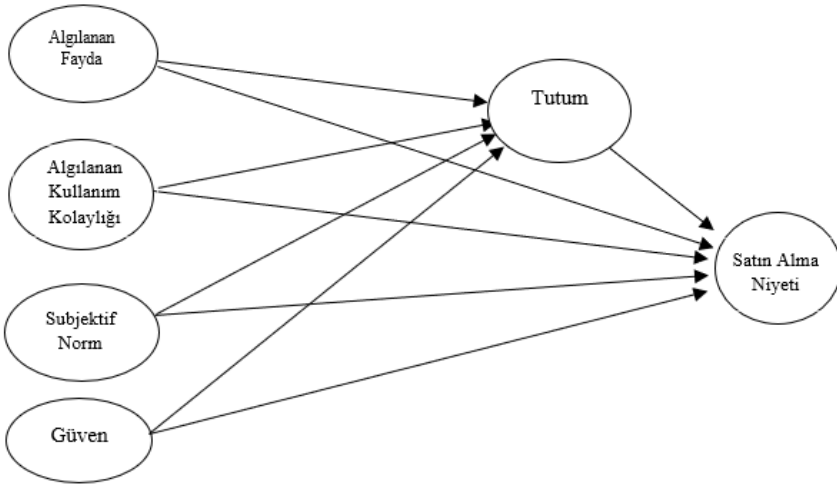
Araştırmanın çalışma grubunu mobil alışveriş yapan ve 18 yaşından büyük toplam 489 kişi oluşturmaktadır. Çalışmada kullanılan veriler 1-31 Mayıs 2023 tarihlerinde çevrimiçi anket yöntemi ile elde edilmiştir. Sosyal medya ve mobil iletişim uygulamaları vasıtasıyla anket paylaşılmış ve çalışmaya katılım talep edilmiştir. Sonuç olarak toplam 489 geçerli anket üzerinden analizler gerçekleştirilmiştir.

Ölçüm Aracı

Araştırmada beşli Likert tipinde toplam 33 adet ifadeyi içeren ölçme aracı kullanılmıştır. Ölçme aracındaki ifadeler Yaman ve Aydın (2020)'nin çalışmasında kullanılan ölçekten alınmıştır. Ayrıca faktörlerin adlandırılması da aynı ölçekten alınmıştır. Son olarak ölçme aracında bireylerin demografik özelliklerini ölçen 6 adet ifade daha vardır. Çalışmada maliyet ve zaman kısıtlarından dolayı çevrimiçi anket yöntemi kullanılmıştır.

Araştırma Modeli

Araştırma modeli aşağıdaki Görsel 1'deki gibidir.



Şekil 1: Araştırmanın Modeli

Şekil 1'de verilen araştırma modelinde dört bağımsız bir aracı ve bir de bağımlı değişken yer almaktadır. Algılanan Fayda, Algılanan Kullanım Kolaylığı, Subjektif Norm ve Güven adlı değişkenler modeldeki bağımsız değişkenlerdir. Tutum adlı değişken ise aracı değişkeni oluşturmaktadır. Son olarak Satın Alma Niyeti ise modelde yer alan bağımlı değişkeni ifade etmektedir. Modelde bağımsız ve aracı değişkenlerin bağımlı değişken üzerindeki hem doğrudan hem de dolaylı etkileri ölçülmek istemiştir.

Kullanılan İstatistiksel Teknikler

Araştırmada önce Faktör Analizi yapılmış ve veri toplamada kullanılan ölçme aracının geçerliliği ve güvenirliğine bakılmıştır. İkinci olarak ise araştırma modelinin Yol Analizi ile test edilmesi aşamasına geçilmiştir. Verilerin frekans analizinde SPSS 22, modelin yapısal uyumu için yapılan Faktör Analizi ve modeldeki yolların test

edilmesinde kullanılan Yol Analizinde ise SMARTPLS v4. (Demo) programları kullanılmıştır.

BULGULAR

Katılımcıların İlişkin Bulgular

Araştırmaya katılan bireylerin demografik özelliklerine dair bulgular Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1: Demografik Bulgular

Cinsiyet	Frekans	Yüzde	Medeni Durum	Frekans	Yüzde
Kadın	244	49,9	Evli	95	19,4
Erkek	245	50,1	Bekâr	394	80,6
Yaş	Frekans	Yüzde	Meslek/Sektör	Frekans	Yüzde
18-25	364	74,4	Kamu Sektörü	54	11
26-33	82	16,8	Özel Sektör	108	22,1
34-41	19	3,9	Serbest Meslek	29	5,9
42-49	16	3,3	Öğrenci	216	44,2
50 yaş ve üzeri	8	1,6	Esnaf/Tüccar	16	3,3
Eğitim Durumu	Frekans	Yüzde	Diğer	Frekans	Yüzde
İlköğretim ve altı	30	6,1	Aylık Ort. Aile Geliri	66	13,5
Lise	117	23,9	9000 TL ve altı	330	67,5
Ön Lisans	82	16,8	9001-11000 TL	74	15,1
Lisans	247	50,5	11001-13000 TL	40	8,2
Lisansüstü	13	2,7	13001-15000 TL	27	5,5
			15001 TL ve üstü	18	3,7
Toplam	489	100	Toplam	489	100

Çalışmaya katılanların %49,9’u kadınlardan, %50,1’i erkeklerden oluşmaktadır. Yaşa göre en yüksek katılım %74,4 ile 18-25 yaş aralığında, en az katılım ise %1,6 ile 50 yaş ve üzerindekilerdedir. Eğitim durumuna göre bakıldığında en yüksek katılım %50,5 ile lisans mezunlarındayken, en az katılım ise %2,7 ile lisansüstü mezunlarındadır. Çalışılan sektöre/meslek durumuna göre katılımcıların dağılımına bakıldığında en fazla katılım %44,2 ile öğrencilerde, en az katılım ise %3,3 ile esnaf/tüccar mesleğinde iştigal edenlerdedir. Gelir dağılımına bakıldığında en yüksek katılım %67,5 ile 9000 TL ve altı geliri olanlarda, en az katılım ise %3,7 ile 15001 TL ve üzeri geliri olanlardır. Son olarak medeni duruma göre bakıldığında katılımcıların %19,4’ü evlilerden, %80,6’sı ise bekarlardan oluşmaktadır.

Ölçeğe Ait Bulgular

Araştırmada kullanılan ölçekteki yedi faktörün geçerlilik ve güvenirlik skorlarına ait sonuçlar aşağıdaki Tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 2: Ölçeğe Ait Skorlar

Faktörler	Maddeler	Faktör Yükleri	Cronbach α	rho_A	CR	AVE
Algılanan Fayda	AF1	,679	,880	,886	,910	,629
	AF2	,810				
	AF3	,826				
	AF4	,724				
	AF5	,825				
	AF6	,877				
Algılanan Kullanım Kolaylığı	AKK1	,790	,877	,881	,907	,618
	AKK2	,775				
	AKK3	,808				
	AKK4	,788				
	AKK5	,768				
	AKK6	,789				
Sübjektif Norm	SBN1	,939	,939	,940	,956	,845
	SBN2	,918				
	SBN3	,910				
	SBN4	,910				
Güven	G1	,904	,871	,873	,921	,795
	G2	,889				
	G3	,881				
Tutum	T1	,828	,889	,891	,915	,644
	T2	,859				
	T3	,764				
	T4	,823				
	T5	,734				
	T6	,800				
Satın Alma Niyeti	SAN1	,906	,917	,918	,941	,800
	SAN2	,918				
	SAN3	,875				
	SAN4	,879				

Tablo 2’deki skora göre ölçme aracındaki faktörlerin hepsinin CR skoru 0,9’un üzerindedir ve CR kriteri bakımından istenen şart ($CR > 0,7$) sağlanmaktadır (Yaşlıoğlu, 2017:82). AVE skorlarına bakıldığında da tüm faktörlerin skorları 0,6’nın üzerindedir ve AVE bakımından da istenen kriter ($AVE > 0,5$) sağlanmaktadır (Yaşlıoğlu, 2017:82). Ayrıca tüm CR skorları da AVE skorlarından büyüktür. Bu bakımdan ölçme aracı yakınsak ve uyum geçerliliği koşulunu yerine getirmektedir.

Ayrıca Tablo 2'ye göre ölçme aracındaki tüm faktörlere ait Cronbach α skorlarının hepsi 0,8'in üzerindedir. Başka bir ifadeyle faktörlerin hepsi yüksek güvenilirlik göstermektedir (Tavşancıl 2014:29). Son olarak Veri Tutarlılık Katsayısına (rho_A) göre de faktörlerin hepsi 0,8'in üzerinde skorlara sahiptir. Bu bakımdan ölçekteki tüm faktörlerin yüksek güvenilir olduğu görülmektedir (Hair ve ark, 2016). Dolayısıyla araştırmada kullanılan ölçeğin tamamının güvenilirlik şartını sağladığı da ortaya konulmuştur.

Ölçek geçerliliğini sağlamanın bir diğer yolu da ayrışma geçerliliğidir. Başka bir ifadeyle ölçme aracındaki faktörlerin birbirlerinden farklı şeyleri ne derece ölçtükleri de önemlidir. Ayrışma geçerliliği için ilk olarak Fornell & Larcker (1981) tarafından önerilen Fornell-Larcker kriter katsayılarına bakılmıştır. İlgili bulgular ise aşağıdaki Tablo 3'teki gibidir.

Tablo 3: F&L Kriter Katsayıları

Faktörler	Algılanan Fayda	Algılanan Kullanım Kolaylığı	Güven	Satın Alma Niyeti	Sübjektif Norm	Tutum
Algılanan Fayda	0,793*					
Algılanan Kullanım Kolaylığı	0,705	0,786*				
Güven	0,681	0,667	0,892*			
Satın Alma Niyeti	0,708	0,750	0,748	0,895*		
Sübjektif Norm	0,665	0,505	0,653	0,570	0,919*	
Tutum	0,780	0,722	0,671	0,751	0,531	0,803*

*Köşegen elemanlarda AVE değerlerinin karekökü yer almaktadır.

F&L yönteminde AVE değerlerinin kareköklerinin faktörler arasındaki korelasyon katsayılarından yüksek olması gerekir (Fornell & Larcker, 1981). Tablo 3'teki bulgulara göre faktörlerin tamamının F&L şartını karşıladığı görülmektedir.

Ayrışma geçerliliği için araştırmada ayrıca Henseler ve ark. (2015) tarafından önerilen Heterotrait-Monotrait (HTMT) oranı katsayılarına da bakılmıştır. İlgili bulgular ise aşağıdaki Tablo 4'teki gibidir.

HTMT oranı modelde yer alan faktöre ait korelasyon ortalamasının yine aynı faktöre ait korelasyon katsayısının geometrik ortalamasına oranıdır ve oranın 0,85 veya 0,90'dan küçük olması beklenir (Henseler ve ark.,2015). Tablo 4'deki sonuçlara göre faktörlerin hepsinin skorları 0,85'in altındadır. Başka bir ifadeyle ölçeğin HTMT oran kriter katsayısını da sağladığı görülmektedir.

Tablo 4: HTMT Oran Katsayıları

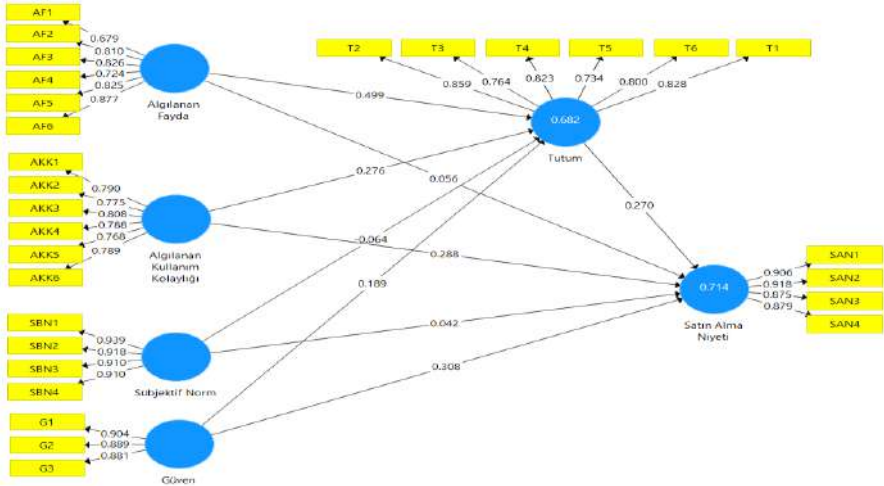
Faktörler	Algılanan Fayda	Algılanan Kullanım Kolaylığı	Güven	Satın Alma Niyeti	Sübjektif Norm	Tutum
Algılanan Fayda						
Algılanan Kullanım Kolaylığı	0,786					
Güven	0,777	0,758				
Satın Alma Niyeti	0,781	0,830	0,835			
Sübjektif Norm	0,732	0,547	0,721	0,613		
Tutum	0,878	0,809	0,762	0,832	0,582	

SMARTPLS de tasarlanan araştırma modelinin yapısal geçerliliğini ölçmede SRMR, NFI ve χ^2 değerleri olarak üç farklı uyum indeksi kullanılır (Hair ve ark., 2016). SRMR<0.08 ve NFI>0,90 olması gerekmektedir. Bu çalışmadaki modelin yapısal uyumunu gösteren skorlar SRMR=0,065; NFI=0,945 ve $\chi^2= 1801,182$ şeklinde bulunmuştur. Bu sonuçlara açısından tasarlanan modelin iyi uyum gösterdiği söylenebilir. Başka bir ifadeyle modelin istatistiksel olarak anlamlı ve geçerli olduğu görülmüştür.

Ölçeğin geçerlilik ve güvenilirlik şartlarını sağlamasıyla araştırma modelinin test edilmesi için Yol Analizi yapılmıştır.

Yol Analizine İlişkin Bulgular

Araştırma modelinin diyagramı aşağıdaki Şekil 1'deki gibidir.

**Şekil 1:** Araştırma Modelin Yol Diyagramı

Şekil 1'de verilen araştırma modelinde hem doğrudan hem de dolaylı etkiler ölçülmeye çalışılmıştır. Buna göre Algılanan Fayda, Algılanan Kullanım

Kolaylığı, Sübjektif Norm, Güven değişkenleri bağımsız değişkenleri ifade etmekte, Tutum aracı değişkeni ifade etmekte ve Satın Alma Niyeti ise bağımlı değişkeni ifade etmektedir. Modeldeki yol katsayılarının anlamlılığını test etmek için 5000 birimlik bootstrap uygulanmıştır. Bootstrap uygulandıktan sonra elde edilen yol katsayıları ve anlamlılık düzeyleri aşağıdaki Tablo 5’de verilmiştir.

Tablo 5: Yol Katsayıları ve Anlamlılığı

Yollar	Araştırma Örnekleme (O)	Örneklem Ortalaması (M)	Standart Sapma (STDEV)	T İstatistiği (O/STDEV)	P
Algılanan Fayda-> Satın Alma Niyeti	0,056	0,057	0,058	0,968	0,334
Algılanan Fayda-> Tutum	0,499	0,498	0,056	8,895	0,000
Algılanan Kullanım Kolaylığı-> Satın Alma Niyeti	0,288	0,290	0,053	5,452	0,000
Algılanan Kullanım Kolaylığı-> Tutum	0,276	0,280	0,051	5,431	0,000
Güven-> Satın Alma Niyeti	0,308	0,304	0,054	5,744	0,000
Güven-> Tutum	0,189	0,187	0,051	3,717	0,000
Sübjektif Norm-> Satın Alma Niyeti	0,042	0,043	0,035	1,220	0,223
Sübjektif Norm-> Tutum	-0,064	-0,063	0,045	1,424	0,155
Tutum-> Satın Alma Niyeti	0,270	0,272	0,057	4,710	0,000

Modelde yer alan yolların katsayılarının anlamlı olabilmesi için %5 anlamlılık düzeyinde t değerlerinin 1,96’dan büyük olması gerekir. Tablo 5’e göre Algılanan Fayda-> Satın Alma Niyeti yolu anlamlı değildir ($t=0,968$; $p=0,334>0,05$), Sübjektif Norm-> Satın Alma Niyeti yolu anlamlı değildir ($t=1,220$; $p=0,223>0,05$) ve son olarak Sübjektif Norm-> Tutum yolu da anlamlı değildir ($t=1,424$; $p=0,155>0,05$). Başka bir ifadeyle Algılanan Fayda ve Sübjektif Normun Satın Alma Niyeti üzerinde ve yine Sübjektif Normun Tutum üzerinde herhangi bir anlamlı etkisi yoktur. Ancak diğer yolların tamamı anlamlıdır ($p<0,05$). Buna göre Algılanan Fayda, Tutumu yaklaşık %50 ve pozitif etkilemektedir. Algılanan Kullanım Kolaylığı, Tutumu yaklaşık %28 ve pozitif etkilemektedir. Güven, Tutumu yaklaşık %19 ve pozitif etkilemektedir. Yine Algılanan Kullanım Kolaylığı, Satın Alma Niyetini yaklaşık %29 ve pozitif etkilemektedir. Güven, Satın Alma Niyetini yaklaşık %31 ve pozitif

etkilemektedir. Son olarak Tutum değişkeni ise Satın Alma Niyetini %27 ve pozitif etkilemektedir.

Analizde dolaylı etkilerde ölçülebilmektedir. Buna göre dolaylı yolların katsayıları ve anlamlılık dereceleri de aşağıdaki Tablo 6'da verilmiştir.

Tablo 6: Dolaylı Yol Katsayıları ve Anlamlılığı

Yollar	Araştırma Örnekleme (O)	Örneklem Ortalaması (M)	Standart Sapma (STDEV)	T İstatistiği (O/STDEV)	P
Güven-> Tutum-> Satın Alma Niyeti	0,051	0,050	0,017	2,992	0,003
Sübjektif Norm-> Tutum-> Satın Alma Niyeti	-0,017	-0,017	0,013	1,376	0,170
Algılanan Fayda-> Tutum-> Satın Alma Niyeti	0,135	0,135	0,031	4,362	0,000
Algılanan Kullanım Kolaylığı-> Tutum-> Satın Alma Niyeti	0,075	0,076	0,023	3,258	0,001

Tablo 6'ya göre Güven-> Tutum-> Satın Alma Niyeti yolu anlamlıdır ($t=2,992$; $p=0,003<0,05$) ve Güven, Satın Alma Niyetini Tutum aracılığıyla yaklaşık %5 ve pozitif bir şekilde etkilemektedir. Yine Algılanan Fayda-> Tutum-> Satın Alma Niyeti yolu da anlamlıdır ($t=4,362$; $p=0,00<0,05$) ve Algılanan Fayda, Satın Alma Niyetini Tutum aracılığıyla yaklaşık %14 ve pozitif bir şekilde etkilemektedir. Son olarak Algılanan Kullanım Kolaylığı-> Tutum-> Satın Alma Niyeti yolu da anlamlıdır ($t=3,258$; $p=0,001<0,05$) ve Algılanan Kullanım Kolaylığı, Satın Alma Niyetini Tutum aracılığıyla yaklaşık %8 ve pozitif bir şekilde etkilemektedir. Ancak Sübjektif Norm-> Tutum-> Satın Alma Niyeti yolu anlamlı değildir ($t=1,376$; $p=0,170>0,05$) ve Sübjektif Normların Satın Alma Niyeti üzerinde dolaylı bir etkisi yoktur.

SMARTPLS'de belirlilik katsayılarına dair sonuçlar da verilmektedir. Buna göre belirlilik katsayılarına ait sonuçlar aşağıdaki Tablo 7'de verilmiştir.

Tablo 7: Belirlilik Katsayıları

Bağımlı Değişkenler	R ²	Düzeltilmiş R ²
Tutum	0,682	0,679
Satın Alma Niyeti	0,714	0,711

Tablo 7'ye bakıldığında bağımsız değişkenler olan Algılanan Fayda, Algılanan Kullanım Kolaylığı, Sübjektif Norm ve Güvenin Tutumu %68 ve

pozitif bir şekilde açıkladığı görülmektedir. Yine Algılanan Fayda, Algılanan Kullanım Kolaylığı, Sübjektif Norm, Güven ve Tutum değişkenlerinin tamamının ise Satın Alma Niyetini yaklaşık olarak %71 ve pozitif bir şekilde açıkladığı görülmektedir. Başka bir ifadeyle tüketicilerin mobil perakendecilikteki satın alma niyetlerinin %71'lik kısmının bu değişkenler tarafından belirlendiği ifade edilebilir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Araştırmada bireylerin mobil uygulamalar üzerinden mal veya hizmet satın alma niyetleri üzerinde algılanan fayda, algılanan kullanım kolaylığı, sübjektif norm, güven ve tutum faktörlerinin etkisinin olup olmadığı incelenmek istenmiştir. Bu kapsamda çevrimiçi örnekleme metoduyla, 18 yaşından büyük, mobil alışveriş yapan toplam 581 kişiden veriler toplanmıştır. Veri toplamada 33 adet ifadeden oluşan bir ölçüm aracı kullanılmıştır. Araştırma verilerinin analizinde ise SMARTPLS v4. (Demo) programı aracılığıyla Faktör Analizi ve Yol Analizi yapılmıştır.

Araştırmada ilk olarak kullanılan ölçeğin geçerliliğine ve güvenilirliğine bakılmıştır. Buna göre ölçekte yer alan algılanan fayda, algılanan kullanım kolaylığı, sübjektif norm, güven, tutum ve satın alma niyeti faktörlerinin AVE ve CR değerlerinin istenilen aralıklarda skorlara sahip olduğu ve ölçeğin uyum geçerliliğini sağladığı ortaya konmuştur. Daha sonra ölçeğin iç tutarlılık katsayısını hesaplamak için Cronbach Alfa katsayısı kullanılmış ve ölçekte yer alan faktörlerin tamamının yüksek güvenilir olduğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla araştırmada kullanılan ölçeğin geçerli ve güvenilir olduğu kanıtlanmıştır. Ayrıca araştırma modelinin verilerle yapısal uyumuna bakılmış ve uyum skorlarının istenilen aralıklarda olduğu görülmüştür. Başka bir ifadeyle araştırma modelinin yapısal olarak anlamlı ve geçerli olduğu da ortaya konulmuştur.

Son aşamada araştırmacılar tarafından tasarlanan araştırma modeli Yol Analizi'ne tabi tutularak Satın Alma Niyeti üzerine etkili oldukları düşünülen Algılanan Fayda, Algılanan Kullanım Kolaylığı, Sübjektif Norm, Güven ve Tutum değişkenlerinin doğrudan etkisi ortaya konulmaya çalışılmıştır. Ayrıca Algılanan Fayda, Algılanan Kullanım Kolaylığı, Sübjektif Norm ve Güven faktörlerinin Tutum üzerindeki etkisine de bakılmıştır. Yol Analizi sonucunda araştırma modelindeki yollardan üçü olan Algılanan Fayda-> Satın Alma Niyeti yolu anlamlı, Sübjektif Norm-> Satın Alma Niyeti yolu ve son olarak Sübjektif Norm-> Tutum yolları anlamlı olmadığı tespit edilmiştir ($p>0,05$). Başka bir ifadeyle Algılanan Fayda ve Sübjektif Normun Satın Alma Niyeti üzerinde ve yine Sübjektif Normun Tutum üzerinde herhangi bir anlamlı etkisinin olmadığı görülmüştür. Ancak modeldeki diğer yolların anlamlı olduğu

bulunmuştur($p<0,05$). Buna göre çalışmaya katılan tüketicilerin mobil uygulamaları kullanmaya yönelik tutumları üzerinde Algılanan Faydanın yaklaşık %50 oranında ve pozitif bir etkisi olduğu; Algılanan Kullanım Kolaylığının, yaklaşık %28 oranında ve pozitif etkisi olduğu; Güvenin yaklaşık %19 oranında ve pozitif etkilediği görülmüştür. Yine Algılanan Kullanım Kolaylığı faktörünün, Satın Alma Niyetini yaklaşık %29 oranında ve pozitif etkilediği; Güven faktörünün, Satın Alma Niyetini yaklaşık %31 oranında ve pozitif etkilediği ve son olarak Tutum faktörünün ise Satın Alma Niyetini %27 oranında ve pozitif etkilediği saptanmıştır. Tüm faktörlerin ise Satın Alma Niyetini toplu olarak yaklaşık %71 oranında ve pozitif bir şekilde etkilediği de tespit edilmiştir.

Çalışma sonucunda elde edilen bulgulara göre mobil perakende uygulamalarını tüketiciye ulaşmada kullanan işletmelere ve pazarlama uygulayıcılarına şu önerilerde bulunulabilir:

- Hizmet için tercih edilecek mobil perakende uygulamasının kullanımının kolay ve teşvik edici olması bu uygulamalar üzerinden mal veya hizmet satın alımlarını olumlu anlamda etkileyebilir.
- Mobil uygulamaların veri gizliliğini sağlaması ve bu uygulamaları kullanan kişilerin verilerinin üçüncü kişilere sızdırılmasını engelleyecek önlemlerin alınması, bu durumun tüketicilere hissettirilmesi bu tür uygulamaları kullanan müşteri sayısını arttıracaktır.
- Tüketicilerin mobil perakende uygulamalarına yönelik algıladıkları faydaları yüksektir. Başka bir ifadeyle bu mecralar üzerinde mal ve hizmet satın alımı gerçekleştiren tüketiciler mobil perakendecilik uygulamalarının kendilerine zaman, mekân, maliyet ya da kolaylık açısından faydalı görmektedir. İşletmelerin bu algılanan faydayı arttırmaya yönelik çalışmalar gerçekleştirmesi de bu mecralar üzerindeki satış hacmini ve hizmet kalitelerini olumlu anlamda arttıracaktır.
- Mobil uygulamalar üzerinden gerçekleşen satış tutarları ve kullanıcı sayısı her geçen gün artmaktadır. Rekabette geri kalmamak adına henüz bu uygulamalar üzerinden hizmet sağlamayan işletmelerin bir an önce bu mecralarda var olmak için harekete geçmeleri gerekirken; hal hazırda kullanan işletmelerin ise hizmet kalitelerini arttıracak düzenlemeler yapması satış rakamlarına ve hizmet kalitesine olumlu anlamda katkı sağlayacaktır.
- Mobil uygulamalar üzerinden tüketicilerin kişisel profillerine ulaşmak ve onların geçmiş satın alma alışkanlıklarını tespit etmek daha da kolaylaşacağı için, işletmelerin kişilere özel kampanyalar yapmaları nokta atışı olacaktır. Her bir tüketici için geçmiş satın alma alışkanlıklarına göre

özel pazarlama teklifleri geliştirmek ve sunmak daha kolar ve daha az maliyetli bir pazarlama programı uygulanmasını sağlayacaktır.

- Son olarak perakende işletmecilerinin mobil uygulamalar üzerinde daha fazla kişiye ulaşmalarında kullanacakları promosyon, ilk siparişte bedava ürün ya da birden çok alımda ikinci ya da üçüncü siparişte indirim vaat etmeleri bu mecraları kullanan müşterilerinin sayısını da hızlı bir şekilde arttıracaktır. Ayrıca sadık müşteri yaratma imkanını da ortaya çıkaracaktır.

Her çalışmanın olduğu gibi bu çalışmanın da kısıtları söz konusudur. İlk olarak verilerin çevrimiçi olarak toplanması en önemli kısıt olarak ifade edilebilir. Daha sonra nicel analiz tekniklerinin kullanılması da diğer bir kısıt olarak söylenebilir. Gelecek çalışmalarda yüz yüze olarak verilerin toplanması, nitel araştırma tekniklerinin ve farklı analiz yöntemlerinin kullanılması daha farklı sonuçların elde edilmesine imkân sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

1. Acat, S. (2023). “Anında Teslim Hizmeti Kullanımının Marka Sadakati Üzerine Etkisi: Süpermarket ve İndirimli Market Karşılaştırmalarına Yönelik Bir Araştırma”, *International Journal of Disciplines Economics & Administrative Sciences Studies*, (eISSN:2587-2168), Vol:9, Issue:50; pp: 1196-1205
2. Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
3. Al-Debei, M. M., Akroush, M. N., ve Ashouri, M. I. (2015). Consumer Attitudes Towards Online Shopping: The Effects of Trust, Perceived Benefits, and Perceived Web Quality. *Internet Research*, 25(5), 707-733.
4. Arora, N., ve Aggarwal, A. (2018). The Role of Perceived Benefits in Formation of Online Shopping Attitude Among Women Shoppers in India. *South Asian Journal of Business Studies*, 7(1), 91-110.
5. Bangkit, J. L., Tumbuan, W. J., ve Tielung, M. V. (2022). Analysis of Perceived Risk and Perceived Benefit Influencing Online Shopping Behavior in Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(1), 570-578.
6. Battal, Serap ve Bakır, N. O. (2021). Mobil Perakendecilik Sektöründe Tüketicilerin Anında Teslim Online Sipariş Uygulamalarını Kabulü Üzerine Bir Araştırma. 25. Pazarlama Kongresi, 30 Haziran-2 Temmuz 2021, Ankara, Tam Metin Bildiri Kitabı.
7. Bhatt, A. (2014). Consumer Attitude Towards Online Shopping in Selected Regions of Gujarat. *Journal of Marketing Management*, 2(2), 29-56.
8. Candemir, A., Zalluhoğlu, A.E. ve Talıdıl, R. (2011). Mobil Perakendecilik ve Tüketici Eğilimlerinin Analizine Yönelik Bir Pilot Çalışma. 11. Ulusal İşletmecilik Kongresi, 10-12 Mayıs 2012, Konya, Tam Metin Bildiri Kitabı.
9. Cho, Y. C., ve Sagynov, E. (2015). Exploring Factors that Affect Usefulness, Ease of Use, Trust, and Purchase Intention in the Online Environment. *International Journal of Management & Information Systems*, 19(1), 21-36.
10. Chu, K. K., ve Li, C. H. (2008). A Study of the Effect of Risk-Reduction Strategies on Purchase Intentions in Online Shopping. *International Journal of Electronic Business Manag.*, 6(4), 213-226.
11. Conner, M., ve Armitage, C. J. (1998). Extending the Theory of Planned Behavior: A Review and Avenues for Further Research. *Journal of Applied Social Psychology*, 28(15), 1429-1464.
12. Eneizan, B., Alsaad, A., Abdelbaset Alkhawaldeh, H. N., ve Rawash, O. E. (2020). E-Wom, Trust, Usefulness, Ease of Use, and Online Shopping via

- Websites: The Moderating Role of Online Shopping Experience. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*, 98(13), 2554-2565.
13. Fishbein, M., ve Ajzen, I. (1977). Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research. *Journal of Business Venturing*, 5, 177-189.
14. Groß, M. (2013). Mobile Shopping: A Classification Framework and Literature Review. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 43(3), 221-241.
15. Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., ve Tatham, R. L. (2016). *Multivariate Data Analysis*. Pearson Education Limited.
16. Hasan, B. (2010). Exploring Gender Differences in Online Shopping Attitude. *Computers in Human Behavior*, 26(4), 597-601.
17. Holmes, A., Byrne A., ve Rowley, J. (2013). Mobile Shopping Behaviour: Insights into Attitudes, Shopping Process Involvement and Location. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 42(1), 25-39.
18. Kim, J. L., Lee, H. C., ve Kim, H. J. (2004). Factors Affecting Online Search Intention and Online Purchase Intention. *Seoul Journal of Business*, 10(2), 27-48.
19. Li, X., Zhao, X., ve Pu, W. (2020). Measuring Ease of Use of Mobile Applications in E-Commerce Retailing from the Perspective of onsumer Online Shopping Behaviour Patterns. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 55, 1-12. 102093.
20. Marriott, H. R. ve Williams, M. D. (2018). Exploring consumers' perceived risk and trust for mobile shopping : A theoretical framework and empirical study. *Journal of Retailing and Consumer Services*, (42), 133–146. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2018.01.017>
21. Mirabi, V., Akbariyeh, H., ve Tahmasebifard, H. (2015). A Study of Factors Affecting on Customers Purchase Intention. *Journal of Multidisciplinary Engineering Science and Technology, (JMEST)*, 2(1), 267-273.
22. Noor, N. M., Noranee, S., Zakaria, M. F., Unin, N., ve Suaee, M. A. H. M. (2020, February). Online Shopping: The Influence of Attitude, Subjective Norm and Perceived Behavioral Control on Purchase Intention. In *Proceedings of the 2020 The 6th International Conference on E-Business and Applications*, 33-36.
23. Peña-García, N., Gil-Saura, I., Rodríguez-Orejuela, A., ve Siqueira-Junior, J. R. (2020). Purchase Intention and urchase Behavior Online: A Cross-Cultural Approach. *Heliyon*, 6(6), 1-11.
24. Saoula, O., Shamim, A., Mohd Suki, N., Ahmad, M. J., Abid, M. F., Patwary, A. K., ve Abbasi, A. Z. (2023). Building E-Trust and E-tention in Online Shopping: The Role of Website Design, Reliability and Perceived Ease of Ise. *Spanish Journal of Marketing-ESIC*.

- 25.Sohn, J. W., ve Kim, J. K. (2020). Factors that Influence Purchase Intentions in Social Commerce. *Technology in Society*, 63, 1-11. 101365.
- 26.Suleman, D., ve Zuniarti, I. (2019). Consumer Decisions toward Fashion Product Shopping in Indonesia: The Effects of Attitude, Perception of Ease of Use, Usefulness, and Trust. *Management Dynamics in the Knowledge Economy*, 7(2), 133-146.
- 27.Taner Gündoğan ve İpek Kazançoğlu (2021), “Tüketicilerin Mobil Sipariş Uygulamalarını Kullanma/ası Üzerinde Etkili Olan Faktörlerin Belirlenmesi”, *Stratejik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, C.5, S.2 Temmuz 2021 s.309-334.
- 28.Tavşancıl, E. (2014). *Tutumların ölçülmesi ve spss ile veri analizi*. Nobel Yayıncılık
- 29.Wang, R.J., Malthouse, E.C., ve Krishnamurthi L. (2015). On the Go: How Mobile Shopping Affects Customer Purchase Behavior. *Journal of Retailing*. 91 (2), 217–234.
- 30.Wani, S. N., ve Malik, S. (2013). A Comparative Study of Online Shopping Behaviour: Effects of Perceived Risks and Benefits. *International Journal of Marketing & Business Communication*, 2(4), 41-55.
- 31.Yaman, Y. (2018). Müşterilerin Mobil Alışveriş Kanalını Kullanma Niyetini Etkileyen Faktörler. *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 10(1), 1- 27.
- 32.Yaman, Y. ve Aydın, K. (2020). Mobil perakendecilikte satın alma niyetine etki eden faktörlere ilişkin bir araştırma. *International Review of Economics and Management* , 8 (1) , 77-106 . DOI: 10.18825/iremjournal.726053
- 33.Yang, K. (2010). Determinants of US Consumer Mobile Shopping Services Adoption: Implications for Designing Mobile Shopping Services. *Journal of Consumer Marketing*. 27(3), 262-270.
- 34.Yang, K. ve Kim, H. (2012). Mobile Shopping Motivation: An Application of Multiple Discriminant Analysis. *International Journal of Retail & Distribution Management*. 40(10), 778-789.
- 35.Yaşlıoğlu, M.(2017). Sosyal bilimlerde faktör analizi ve geçerlilik: keşfedici ve doğrulayıcı faktör analizlerinin kullanılması. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 46 (0), 74-85. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/iuisletme/issue/32177/357061>
- 36.Young, M. R., DeSarbo, W. S., ve Morwitz, V. G. (1998). The Stochastic Modeling of Purchase Intentions and Behavior. *Management Science*, 44(2), 188-202.
- 37.Younus, S., Rasheed, F., ve Zia, A. (2015). Identifying the factors affecting customer purchase intention. *Global Journal of Management and Business Research*, 15(2), 8-13.

20. Bölüm

Taşradaki Kadın Esnafın Çalışma Deneyimleri

İpek AGCADAĞ ÇELİK¹

Özgen ALTINÖZ²

1 Doç. Dr.: Kilis 7 Aralık Üniversitesi, İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi, Sosyoloji Bölümü, ipekagcadag@kilis.edu.tr, ORCID: 0000-0002-2409-668X

2 Sosyolog, Türkiye Kalkınma Vakfı, altinzgen@gmail.com

ÖZET

GİRİŞ

Bir ülkenin ekonomik kalkınmasında, çalışma çağındaki nüfusun istihdama aktif olarak katılımının önemi büyüktür. Üstelik vatandaşların istihdama katılımları ülkenin ekonomik refahının yanı sıra toplumsal kalkınmasında da önemli bir rol oynamaktadır. Bu nedenle, ülke vatandaşlarının istihdama tam katılımı, ülke yönetiminin öncelikli hedefleri arasında yer almaktadır. Toplumun en büyük dezavantajlı grubunu oluşturan kadınlar ise, ülke nüfusunun yarısını oluşturmalarına rağmen, çalışma hayatına katılı konusunda bir dizi sorunla karşı karşıya kalmaktadır. Bu sorunların kaynağı, biyolojik temelli görünmekle birlikte aslında toplumsal cinsiyet kalıplarıyla sıkı sıkıya ilişkilidir. Ülkelerin refah düzeyi düştükçe, bu kalıplar daha sık kadınların karşısına çıkmaktadır. Ailede başlayıp toplumda yaygınlaşan ve zamanla kökleşip derinleşen cinsiyet ayrımcılığı, kendini işgücü piyasasında da göstermektedir. Böylece kadınlar, işe alımlarından iş hayatından geçirdikleri tüm sürece sirayet eden birtakım negatif tutum ve uygulamalarla karşılaşmaktadırlar. İşe başvuru esnasında tercih edilmemelerinden, işyerinde ücret ve fırsat eşitsizliğine, terfi alamamadan cinsel tacize kadar geniş bir yelpazede birçok sorunla yüzleşmek durumunda kalmaktadırlar. Üstelik bu sorunlar tek bir sektörde veya meslekte değil, genel olarak emek piyasasının geneline sirayet etmiş durumdadır. Bu çalışmada, kadınların sayılarının her geçen gün arttığı küçük işletme yöneticiliği yapan kadınlara, onların çalışma yaşamında karşılaştıkları zorluklara ve işin onlar için anlamına odaklanılmaktadır.

Küçük işletmeciler özellikleriyle esnaf ve sanatkârlar, ekonomik dalgalanmalara karşı dayanıklılık gösteren ve piyasanın taleplerine nispeten daha hızlı cevap verebilen esnek bir yapıya sahiptirler. Türk ekonomisinde de önemli bir yeri olan esnaf ve sanatkârlar, kendi emeğini küçük miktardaki sermayesiyle birleştirerek piyasada yer edinmeye çalışmakta ve ülkedeki işsizlik sorununa, üretime, piyasaların işletmesine, dolayısıyla ülke ekonomisine katkıda bulunmaktadır. Aynı zamanda esnaflar hem fiziki emekleri dolayısıyla kendilerine hem de şayet istihdam ederlerse başkalarına istihdam alanı oluşturabilmektedirler (Baykul, 2009: 32-33). Bu noktadan hareketle, bu iş kolunda ve sektörde görünürlükleri her geçen gün artan kadın esnaflarla ilgili bir saha çalışması gerçekleştirilmiştir. Yüz ölçümü bakımında küçük ve geleneksel bir yapıya sahip olan ülkemizin sınır kenti Kilis'te faaliyet gösteren kadın esnaflarla, nitel araştırma modelinde bir saha çalışması gerçekleştirilmiştir. Derinlemesine görüşme tekniğine başvurulmuş kadın esnafların çalışma yaşamı deneyimleri ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Araştırmaya katılan Kilis'te küçük işletme yöneticisi konumundaki kadınlar, piyasaya adım attıkları andan araştırmanın yapıldığı döneme değin edindikleri tecrübeleri, yaşadıkları zorlukları ve ulaştıkları kişisel hedefleri aktarmışlar, aktardıkları bu ifadelerle de çalışmada yer verilmiştir.

Çalışmada öncelikle ülkemiz kadınlarının, Cumhuriyet'in kuruluşundan günümüze değin çalışma hayatındaki görünimleri hakkında bilgi verilecektir. Son yıllarda kadınların istihdamdaki yerlerinin daha net olarak görmek adına resmi istatistiklerin paylaşımın ardından, ülkemizde kadınların çalışma yaşamlarına etki eden faktörler inceleme altına alınmaktadır. Cinsiyet ayrımcılığından mesleki eğitim yetersizliğine, ücret eşitsizliğinden işyerinde cinsel tacize, fırsat eşitsizliğinden mobbinge, kayıt dışı istihdamdan sosyal haklardan mahrumiyete değin pek çok faktör, etraflıca ele alınmaktadır. Son başlıkta, kadın esnaflarla gerçekleştirilen saha çalışmasından elde edilen araştırma bulguları temalara ayrılarak katılımcı ifadeleriyle desteklenip kadın esnafın taşradaki çalışma yaşamı hakkında derinlemesine bilgi ve deneyimler ortaya konacaktır.

CUMHURİYETİN KURULUŞUNDAN GÜNÜMÜZE ÇALIŞMA YAŞAMINDA KADIN

Osmanlı Devleti döneminde kapitalist üretim tarzının 1838 Balta Limanı Antlaşması ve 1839 Tanzimat Fermanı ile birlikte eş zamanlı olarak kadınların istihdama katılımı gerçekleşmiştir. 19.yüzyıl sonlarında kırsaldaki kadınlar yün eğirerek, kilim ve kumaş dokuyarak halı tezgahlarında para kazanırken, Osmanlı burjuvası kadınlar ise, ailelerinde ya da gayri müslim okullarında aldıkları eğitim sonrası işgücü piyasasına girmişlerdir. Kamu sektöründe çalışmaları daha geç olmuş, kamuda öğretmenli ve hemşirelik-ebelik mesleklerini icra etmişlerdir (Sağ, 2001: 15). Kamusal alanda emeği karşılığı ücret alan işçi konumuna gelmelerinde ise, Balkan, Birinci Dünya ve Kurtuluş Savaşları'nın etkisi oldukça büyüktür. Söz konusu savaş dönemlerinde, ülkenin erkekleri cepheye gittikleri için piyasada ciddi bir işgücü açığı oluşmuştur. Bu ihtiyacı gidermek için kadınlar, işgücü piyasasına dâhil olmuş, emeklerinin karşılığında ücret almışlardır. Ancak savaşların bitimiyle birlikte, sağ kalan erkelerin cepheden dönmesiyle, kadın işgücüne ihtiyacın kalmadığı düşünülmüş, erkeklerin tekrar çalışma yaşamına entegre olmasıyla kadınların önemli bir kısmı piyasadan çekilerek evlerinin yolunu tutmuşlardır (Mardin, 2000: 14).

Cumhuriyetin başlangıç yılları itibariyle çalışan kadın işçiliğiyle ilgili bilgi ve veriler oldukça sınırlıdır. Ancak sanayi sektöründe çalışan kadın işçilerin sayısal verileriyle ilgili olarak birinci önemli bilgi kaynağı 1927 Sanayi Sayımı sonuçlarından elde edilmiştir. Bu sayımın tüm sanayi kuruluşlarını kapsıyor olması önemlidir ve çalışan kadın oranının ise %25,58 olduğu görülmektedir. 1937 tarihli İş Kanunu'na bağlı çalışan iş yerlerinde istihdam edilen kadınların oranı %18,9, 1947 tarihinde ise oran %17,6 olmuştur (Makal, 2010: 35). Böylece Türk toplumunun tarihsel sürecine damga vuran ataerkil yapının etkisinden kurtulamadığına dair veriler önümüzde durmaktadır (Sırım vd., 2021).

Türkiye Cumhuriyeti Devleti'nin kuruluşu sonrasında, hukuk, eğitim, siyaset ve çalışma yaşamında kadın haklarıyla ilgili düzenlemeler yapılmıştır. Ancak kadınların dokumacılık ve tarım dışında, özel ve kamu sektöründeki farklı iş kollarında çalışmaları, II. Dünya Savaşı sonrası dönemde, küreselleşmenin (Güldal, 2006: 19) ve kız çocuklarının okullaşma oranlarının artması ve eğitim düzeylerinin yükselmesiyle birlikte gerçekleşmiştir. 1980'li yıllardan sonra, üniversite eğitimlerinin ardından avukat, mühendis, akademisyen, doktor gibi profesyonel meslekleri gittikçe artan oranlarda icra etmişler, girişimcilik, sigortacılık, bankacılık, yöneticilik gibi erkeklerin sayıca baskın oldukları özel sektöre ait işkollarında görünür hale gelmişlerdir (Önder, 2013: 41).

Kadınların İşgücüne Katılım Oranı (İKO), belirli yaş ve cinsiyetteki bireyin işgücünde olma ihtimalini gösteren önemli göstergelerden biri olup bireylerin işgücüne katılım oranlarını gösteren İKO, farklı ekonomi politikası uygulamalarında dikkate alınan belli başlı kriterlerden birini meydana getirmektedir (Karabıyık, 2012: 233). Türkiye'de her dönemde kadınların erkeklere göre işgücü piyasasına katılımı daha düşük düzeyde seyrettiği gözlemlenmektedir. Yıllara göre azalma ve artma eğilimi gösterse de ana karakteristik değişmemiştir. Kadınların işgücü piyasasına girişini ve niteliksel gelişimini sağlayacak gerekli politikaların hayata geçirilmemesi bu durumun önemli sebeplerindendir (Karagöl ve Akgeyik, 2010: 10).

Türkiye'de çalışan kadınların bugünkü durumuna bakıldığında hem sayısal oranlarının düşük olduğu hem de çalışma hayatında eşitliği sağlamaya yönelik yasal desteğin zayıf olması nedeniyle ayrımcılığa maruz kaldıkları görülmektedir. Tüm bunların doğal bir sonucu olarak; çalışma alanı, geleneksel olarak hâlâ erkek topluluğuna ait görülmektedir ve kadınlar çalışma yaşamı ve üretimin içinde var olmalarına rağmen üretimden yeterince pay alamamaktadırlar (Dalkıranoglu, 2006: 21). Tablo 1'deki veriler de bu durumu destekler niteliktedir.

Tablo 1. Son On Yılda Türkiye'de Cinsiyete Göre İstihdama Katılım Oranı (2013-2022 Dönemi)

Yıllar	Kadın (%)	Erkek (%)	Yıllar	Kadın (%)	Erkek (%)
2013	27,1	65,2	2018	33,6	71,7
2014	26,7	64,8	2019	33,0	71,0
2015	31,5	71,6	2020	32,0	69,6
2016	32,5	72,0	2021	33,0	70,3
2017	32,8	72,1	2022	30,4	65

Kaynak: www.tuik.gov.tr

Tablo 1'de Türkiye'de 2013-2022 yılları arasında istihdamın cinsiyet bazlı dağılımı yüzdelik olarak ifade edilmiştir. Erkeklerin istihdama katılım oranı 2013

yılında %65,2 seviyesinden, 2016 yılında %72,1 oranına yükselmiş, 2022 yılında ise %65 seviyesinde seyretmiştir. Kadınların istihdama katılım oranları incelendiğinde ise, 2013 yılında %27,1 seviyesinde olduğu, en yüksek seviyeye 2018 yılında çıkılarak %33,6 seviyesine yükseldiği ve 2022 yılında %30,4 seviyesinde olduğu görülmektedir. Tablo 1’de yer alan resmi verilerden anlaşılacağı üzere, kadınların istihdama katılım oranların söz konusu yıllar içerisinde hep erkeklerden düşük seviyede gerçekleşmiş, hatta oransal olarak yarısını dâhi yakalayamamıştır. Çalışma yaşamına katılmak ve emeklerinin karşılığında maddi karşılık bulmak, kadınlar için sadece ekonomik özgürlüklerini kazanmak anlamı taşımamakta, aynı zamanda toplumsal konumlarını yükseltmekte, kendilerine olan özgüvenlerini arttırmakta, kamusal alana çıkarak toplumla bağ kurmalarını sağlamakta, sosyo-kültürel ve psikolojik olarak yaşamlarına pozitif katkılar sunmaktadır. Hukuki olarak kadınların çalışma yaşamına katılımlarında herhangi bir engel bulunmamasına rağmen, işgücüne katılım oranlarının istenen seviyelerde olmamasında farklı faktörler devreye girmektedir. Bu faktörlerin önemli bir kısmının geçmişten geldiği ve değişmediği görülmektedir. Kadınların çalışma yaşamına katılımlarındaki oransal geriliğin sebepleri bir sonraki başlıkta irdelenmektedir.

TÜRKİYE’DE KADIN İSTİHDAMINA ETKİ EDEN FAKTÖRLER

Ülkemizde kadınların işgücü piyasalarına katılım yapısı incelendiğinde, kentsel işgücü piyasasına katılımlarının yeterli seviyede olmadığı, kırdan ücretsiz aile işçisi olarak çalışmanın yaygınlığı ve kendilerini “ev hanımı” olarak nitelendiren kadınların fazlalığı göze çarpmaktadır. Kadınların işgücüne katılım oranları yukarıda Tablo 1’de görüldüğü üzere, son on yılda küçük dalgalanmalar şeklinde seyretmiş, önemli bir sıçrayış gözlenmemiştir. Bu durumun altında yatan sebeplerin, kadınların çalışma yaşamına katılımlarında önemli etkisi bulunmaktadır. Bu faktörlerin eğitimsel, ekonomik ve sosyo-kültürel sebepleri bulunmaktadır.

Literatürde kadınların işgücüne katılımını etkileyen faktörlerle ilgili birçok çalışma bulunmaktadır. Bu çalışmalarda toplumun kültürel yapısı, kentleşme, kırdan kente göç, kayıt dışı istihdam, ücretsiz aile işçiliği, ücret düzeyi, medeni durum, çocuk sayısı, kadının yaşı, kadının eğitim düzeyi gibi değişkenler dikkate alınmaktadır. Dünyada da benzer zorluklara sahip kadın istihdamı, gelişmekte olan ülkelerde daha da kötüleşmektedir. Toplumdaki cinsiyet rolleri, iş ve ev yaşamı arasındaki denge, işe ulaşımında yaşanan sorunlar ve geleneksel, dini ya da bölgesel nedenlerle çocuk bakım desteğinin olmaması büyük sorunlar oluşturmaktadır. Kadınların işgücüne katılımı özendirilmeli, iş hayatında ücret ve sosyal güvenceleri güvence altına alınmalı; benzer pozisyon ve meslekler için

kadın ve erkek arasındaki ücret farkı kapatılmalı ve gerekirse belirli alanlarda pozitif ayrıcalıklar da sağlanmalıdır (Altaş-Karaca ve Taşseven, 2022: 177).

Kadınların çalışma hayatına girmesi ile birlikte kadın işgücü istihdamı artmaktadır. Kadınlar toplumsal yaşamlarında annelik, ev hanımlığı, ev işleri, çocuk bakımı gibi kendisine atfedilmiş sorumluluklar çerçevesinde yaşamlarını sürdürmektedirler. Küreselleşen dünyada kadınların toplum içindeki yerleri zaman içinde farklılık göstermektedir. Özel alan ile sınırlandırılan kadın, zaman içinde ekonomik nedenlerle kamusal alana girmiştir. Kadınların kamusal alandaki görünürlüklerin başlaması ile birlikte ikincil işgücü, yedek işgücü veya vasıfsız işgücü olarak nitelendirilen kadın çalışanlar, çalışma yaşamında biyolojik kimliklerinden dolayı birçok ayrımcılık ve sorunlarla karşı karşıya kalmışlardır.

Ülkemizde kadınların çalışma yaşamına dâhil olup olmamalarını etkileyen ekonomik faktörlerden biri, kadının ev dışında ücretli bir işte çalıştığında elde edeceği gelir ile ev içi sorumluluklarının maliyetinin kıyaslaması olmaktadır. Kadınların geleneksel sorumluluklarından olan hane ve aile üyelerinin bakımı, kadının ev hanımı olduğunda oldukça sıradan ve basit bir görev olarak algılandığını söylemek gerekir. Ancak kadın, ev dışında çalışmaya karar verdiğinde, önüne çıkacak ilk engel hanenin temizliği ve bakımını kimin üsteneceğidir. İkinci engel ise, evdeki bebeğin, küçük çocuğun, varsa engelli, yaşlı ya da hasta bireyin/bireylerin bakım yükünün altından kimin kalkacağıdır. Kadın, işgücü piyasasına girmeden önce, söz konusu bu toplumsal cinsiyete bağlı ev içi bakım işlerinin maddi karşılığı hesaplanmakta, çıkan maddi sonuç ile alacağı maaşı karşılaştırmaktadır. Eğer dışarıdan alacağı bakım hizmeti ücreti, kadının ev dışında ücretli bir işte çalıştığında elde edeceği ücret ile başa baş görünüyorsa veya arada pek bir fark yoksa, kadının kararı olumsuz anlamda etkilenmektedir. Üstelik, kadının iş için ulaşım ve yemek masraflarının da kendi bütçesinden karşılanacak olması, ev dışında çalışmasındaki kararını negatif olarak vermesinde oldukça etkili olmaktadır. Kadın, ev dışında çalışıp belirli bir ücret aldığında, kazandığı bu ücretin kişisel ihtiyaçlarına ve ailesinin geçimine katkı sunmasını beklemektedir. Böylelikle, ev dışında çalışmanın maddi getirisi yükseldikçe, kadının çalışma hayatına dâhil olmasının daha kolay olacağı söylenebilmektedir.

Kadınlar çalışma hayatına girdikten sonra karşılaştıkları sorunların başında *cinsiyet ayrımcılığı* gelmektedir. Ayrımcılık, “kişi veya grupların bireysel özelliklerinden dolayı, toplumun diğer gruplarından siyasi, ekonomik, sosyal açıdan dezavantajlı konuma sürüklenmeleri, güçlerini yitirmeleri, değişim yapmaya zorlanmaları gibi eşit olmayan davranışlara maruz bırakılmaları” olarak tanımlanmaktadır (Yıldırım, 2017: 302). Kişinin yetenek ya da iş

performansından ziyade, açık ya da dolaylı şekilde cinsiyetine göre değerlendirme yapılması, temelde cinsiyet ayrımcılığıdır. Cinsiyete dayalı ayrımcılığın çıkış noktası aslında aileden başlayan toplumsal bakış açısıdır. Ailede başlayan toplumsal cinsiyete dayalı iş bölümü, toplumsal alanda ve iş yaşamında da kendini göstermekte ve işgücü piyasasında meslekler ve işler, “kadın işi” ve “erkek işi” olarak ayrılmaktadır. Erkek işi olarak nitelendirilen meslekleri kadınların icra ettiği görülse de oransal olarak erkeklerden daha az olduğu görülmektedir. Ayrıca, kadınların evlilik, hamilelik, emzirme gibi dönemlerde işlerini bırakacakları ya da işlerine bir süre ara verecekleri düşüncesi de işe alım ya da terfi zamanlarında işverenler tarafından akılda tutulmaktadır. Böylece bekâr-evli, çocuklu-çocuksuz gibi ayrımlarla çalışan seçilmesi, ayrımcılığın daha da büyümesine sebep olmaktadır (TBMM, 2023: 8-9). Çalışma yaşamında kadınların yaşadıkları sosyal ve ekonomik sorunların çoğunun temelinde de cinsiyete dayalı ayrımcılık yatmaktadır. Çalışma hayatındaki cinsiyet farklılığı, kadınlara niteliklerine uygun ve kendilerini geliştirmeye açık vasıflı işlerin verilmemesinden, erkeklerden daha düşük ücret almaları, ücret eşitsizliğine maruz kalmalarına kadar çok çeşitli boyutlarla ortaya çıkmaktadır (Umutlu ve Öztürk, 2020).

Cinsiyete dayalı ayrımcılık kadınlar açısından fırsat eşitsizliği ve işlem eşitsizliklerini de kapsamaktadır. Birbirini besleyen ayrımcılık, eşitsizlik ve dışlanma sarmalında kadınların özellikle çalışma hayatında sorunlar yaşadığı görülmektedir. Hane içinde ve hane dışında kadınların yaşadıkları ayrımcı tutum onları ya çalışma hayatına kabulde ya da çalışma yaşamı içinde eşitsizliklerle dışlanmaya itmektedir. Dikey ve yatay ayrımcılık, fırsat ve işlem eşitsizlikleri kıskacında çalışma hayatında var olma mücadelesi veren kadınların durumunu analiz edebilmek için erkeklere göre konumlarını ortaya koyan verilerden hareket etmek gerekmektedir (Yıldırım, 2021: 322). Çalışma hayatındaki cinsiyet ayrımcılığı sadece Türkiye’nin bir sorunu olmayıp tüm dünyanın bir sorunu olarak karşımıza çıkmaktadır. Dünya Ekonomik Forumu (WEF -World Economic Forum) tarafından hazırlanan “*Küresel Cinsiyet Eşitsizliği 2021 Raporuna*” göre; dünya genelinde geleceğin meslekleri arasında yer alan bulut bilişim teknolojisi alanında %14, mühendislikte %20, veri ve yapay zeka teknolojilerinde ise %32 oranında kadın istihdam edilmektedir. Ayrıca yönetsel işler arasında yer alan siyasette ise dünyadaki kadın milletvekili oranının %26.1, kadın bakan oranının ise %22.6 olduğu görülmektedir. Rapora göre Türkiye ise her anlamda cinsiyet eşitliğini sağlayabilen 136. ülke konumunda olup, kadınların ekonomiye katılımı ve fırsat eşitliği kategorisinde 140., eşit işe eşit ücrette 95., işgücüne katılımında 137. ve kadınların siyasal yaşama katılımında 114. sırada yer almıştır (Global Gender Gap Report, 2021).

Kadınların çalışma hayatında karşılaştıkları sorunların ilk sıralarında, *eğitim ve mesleki eğitimde eşitsizlik* olarak yer almaktadır. Eğitim, bireyin tüm sosyalleşme sürecini kapsayan, günlük yaşamda bilgi ve becerilerinin artmasını sağlayan, yaşantısı boyunca düşüncesine yön ve anlam kazandıran temel bir faktördür. Eğitimin temel amacı, toplumun kuralları doğrultusunda bireylerin yetenek ve becerilerinin geliştirilmesine yardımcı olmak ve onların olumlu yönde davranış değişikliklerine uğramalarını sağlamaktadır (Umutlu ve Öztürk, 2020). Eğitim ve kadın ilişkisi incelediğinde, eğitimim kız çocuklarının ve kadınların örgün eğitim sistemine dâhil olmasını, bilgi ve becerilerinin artmasını, mesleki yeteneklerin gelişmesini, sosyalleşmelerinin sağlanmasını, özgüvenlerinin artmasını, uzmanlık ve mesleki bilgi gerektiren meslekleri icra etmek için gerekli diplomayı almalarını ve işgücü piyasasına girerek ücret karşılığı çalışmalarını sağlamaktadır. Kadınların yükselen eğitim seviyesiyle birlikte, istihdama katılım oranı artmakta, kayıt dışı istihdam azalmakta, emek karşılığı alınan ücretler yükselmektedir. Ayrıca, kız çocuklarının ve kadınların eğitim sistemindeki basamakları tırmanmalarının, yaşadıkları toplumun ataerkil düşünceleri ve tutumları üzerinde etkisi olduğu görülmektedir. Kadınların eğitim seviyeleri yükseldikçe, çeşitli iş kollarında faaliyet gösterip profesyonel mesleklerde de kendilerini göstermeleriyle birlikte, kadınlara yönelik geleneksel bakış açısı değişikliğe uğramaktadır (Önder, 2013: 49). Eğitim, ayrıca, kadınların işgücü piyasasında konumlarını da belirleyen önemli etkenler biridir. Toplumda kadınlar ve erkekler arasında eşitsizliğin azaltılmasında ve kadınların çalışmaya kararlarında etkili olan eğitim, ayrıca kadınların toplumda aktif rollere sahip olmalarına ve fırsat eşitliğine olanak sağlaması sebebiyle de önemli bir araçtır (Aytaç, 2019: 17). Kadınların aldıkları eğitimler çalıştıkları süreçte de gerekli olduğundan, kadınların eğitimi konusunda eşitliğin sağlanması için tedbirler alınmalı ve bu tedbirlerin uygulanması konusunda özenli olunmalı, sürecin takibi yapılmalıdır. Kadınlarda eğitim seviyesi çalışacakları işte belirleyici bir etken olduğundan, eğitim eksikliği, iş gücü piyasasındaki vasıfsız işlerde çalışmalarına neden olur. Dolayısıyla eğitim hem iş gücü piyasasına girişte hem de iş gücü piyasasında kadınlara katkı sağlayan bir etkindir. Ayrıca eğitim, kadın çalışanın alacağı ücreti de etkilediğinden özellikle çalıştıkları süreçte kadın çalışana önemli katkılar sağlayan bir faktördür. Diğer yandan, eğitim seviyeleri yükselen kadınların erkek egemen toplumsal yaşamda yer bulması, yaşam standartlarını artırarak ikincil konumdan kurtulmaları açısından da önemlidir (Arat, 1996: 47).

Kadınların çalışma hayatında karşılaştıkları sorunlardan bir diğeri *işyerinde cinsel taciz*dir. Taciz kelimesi, “rahatsız etme, canını sıkma, tedirgin etme, sıkıntı verme” anlamlarına gelmektedir. Cinsel taciz ise, ahlaksız bir şekilde karşı cinse karşı tedirginlik ve sıkıntı verme, eziyet etme; çalışma yaşamında ise maddi güce

veya etkili göreve sahip olanların genel olarak karşı cinse ahlak dışı bazı tutum ve davranışlarla cinsel açıdan sıkıntıya sokup, rahatsız etmesidir (Sarmaşık, 2009: 4). İşyerinde gerçekleşen cinsel taciz, tacize uğrayanın mağduriyetinin yanı sıra hem mağdurun hem buna şahit olan diğer çalışanların ve dolayısıyla işletmenin tamamının verimini düşüren, çalışma barışı ile çalışanların sağlığı ve güvenliğini tehlikeye atan bir durumdur. Cinsel tacize işveren ya da yönetici tarafından yapılması, kadınların bu noktada yaşadığı zorlukları daha da arttırmaktadır. Cinsel tacizle mücadelede yasal ve kurumsal yapıların güçlü şekilde oluşturulması yanı sıra toplumsal duyarlılığın gelişmesi, kadınların güvenli ve sağlıklı şekilde iş hayatına girmelerinin ve istihdamlarına devam etmelerinin desteklenmesi açısından önemlidir (TBMM, 2023: 13).

Kadınların çalışma hayatında karşılaştıkları sorunlardan diğerinin, *iş bulma, işe alma ve yükselme sürecindeki eşitsizlik* olduğu görülmektedir. Kadınlar çalışma yaşamına girdiklerinde iş bulma konusunda ayrımcılığa maruz kalmaktadırlar. Gerekli olmadığı halde işin nitelikleri ilana yazılırken imalı veya açık bir şekilde işe erkeklerin alınacağını bildiren ilanlar cinsiyetçi ilanlar olarak değerlendirilmektedir. İşverenler bir kısmı ön yargılı olup kadınlarla daha az çalışmak istemektedirler. Böylece iş duyurularında yapılan cinsiyet ayrımcılığı aynı zamanda iş piyasasını da etkilemekte, cinsiyete dayalı bir piyasanın oluşmasına sebep olmaktadır (Mahmutoğlu, 2017: 19).

Kadınların çalışma hayatında karşılaştıkları sıkıntılardan *mobbing (psikolojik taciz)*, sıkıntı verme, taciz, psikolojik şiddet olarak tanımlanabilmektedir (Tınaz, 2011: 7). Mobbing kavramının iş yeri için ilk kullanımı 1980’li yıllarda Profesör Heinz Leymann tarafından gerçekleştirilmiştir. Leymann mobbing kavramını; “*iş yaşamında bir veya daha fazla kişiye yönelik sistematik olan düşmanca ve etik dışı iletişim kurma yoluyla terör*” biçiminde tanımlamıştır (Çarıkçı ve Yavuz, 2009: 48). Mobbing ile cinsiyet arasındaki bağlantıyı inceleyen pek çok araştırma, kadınların işyerinde, erkeklere nazaran daha fazla mobbinge uğradıklarını tespit etmiştir (Şalvarcı-Türeli ve Dolmacı, 2013: 90).

Kayıt dışı ekonominin çalışma hayatına yansıyan yüzü olarak tanımlanan kayıt dışı istihdam, kadınların çalışma yaşamında sıkıntılardan bir diğeridir. Kayıt dışı istihdam, istihdam faaliyetlerinin resmi belgelere yansımaması ya da gerçekleştirilen istihdam süresi ve ödenen ücret miktarının resmi makamlara eksik bildirilmesidir. Türkiye’de kayıt dışı istihdam oranlarının cinsiyete göre dağılımına bakıldığında; kadınlar ve erkekler arasında farklılıklar olduğu görülmektedir. TÜİK 2018 yılı Kasım ayı sonuçlarına göre; kadınların % 41’i kayıt dışı istihdam edilirken, erkeklerin % 30,2’si kayıt dışı istihdam edilmektedir. Kadınlarda kayıt dışı istihdam oranının yüksek olmasının başlıca nedenleri olarak eve iş verme sistemi içerisinde evde çalışan kadınlar ve kırsal

kesimde tarlada çalışan kadınlar gösterilebilir. Diğer taraftan kadınlarda kayıt dışı istihdam oranının yüksek olmasının başka sebebi ise kadınların kayıt dışı çalışmalarına rağmen sigortalı çalışan eş, ana, baba ve çocuk tarafından özellikle sağlık yönünden sosyal güvenlik haklarına sahip olabilmeleridir (Yanici-Erdal, 2019: 227-235).

Kadınların *sosyal haklardan yararlanma noktasında yaşadıkları eşitsizlik*, çalışma hayatında karşılaştıkları sorunlar kapsamında değerlendirilmektedir. Sosyal güvenlik, grev hakkı ve sendikal örgütlenme, kadın erkek fark etmeksizin tüm insanların eşit bir şekilde yararlanması gereken en temel sosyal haklar içerisinde. Sosyal haklar kapsamına giren sendikal örgütlenme ve sendikal faaliyetlere katılma da kadın işgücü erkek işgücünün gerisinden gelmektedir. II. Dünya Savaşı'nda erkeklerin savaşa katılması sonucu kadın işgücü sayısı artarken, yasal düzenlemeler kapsamında kadınlar da sendikal örgütlenme haklarından yararlanmaya başlamış fakat kadınların örgütlenmesi yetersiz kalmıştır. Sendikacılığın erkek işi olarak değerlendirilmesinin de bu duruma katkı sağladığı söylenebilmektedir (Kocacık ve Gökkaya: 2005: 212).

Kadınların çalışma hayatında karşılaştıkları sorunlardan *iş güvencesizliğinin* arka planında, işgücü piyasasının küreselleşmesiyle birlikte daha düşük ücretli işgücüne yönelimin önemli bir yeri bulunmaktadır. Bu durumdan en fazla etkilenen kesimlerden birini ise, daha az eğitilmiş ve daha ucuz işgücü niteliğinde olan kadınlar oluşturmaktadır. Bu kesimdeki kadınlar; sosyal güvenlikten yoksun, olumsuz iş güvenliği koşullarında ve oldukça düşük ücretle çalışmaktadırlar (Önder, 2013: 57-58). İş güvencesizliği, çalışma yaşamına katılan kadın ve erkeklerin hayatlarında belirli bir düzen olması, kişilerin kendilerini maddi ve manevi olarak rahat hissetmeleri açısından irdelenmesi gereken oldukça önemli bir konudur (Altay ve Tekin-Epik, 2016: 1275). Kadınların güvencesiz, belirli çalışma saati veya ücret düzeni olmayan işlerde çalışmaları sadece eğitim veya beceri düzeylerine bağlı olmamakta, temelinde iş ve aile arasındaki dengeyi, ilişkiyi kuramamaktan kaynaklanmaktadır. Kadının sadece iş yaşamının olmayışı, aile ve ev yaşamındaki sorumluluklarının da devam etmesi tüm iş ve yaşam şeklini etkilemektedir. Kadın işgücü, sahip olduğu toplumsal cinsiyet rolleri ve toplumsal cinsiyet temelli ev içi iş bölümünden dolayı işgücünde ikinci plana atılmakta ve iş güvencesizliğini, erkeklere oranla daha çok yaşamaktadır (Avcı-Aksu, 2014: 62). Bununla birlikte, özel sektörde faaliyet gösteren iş kollarından biri olan küçük işletme yöneticiliğine odaklanan bu çalışmada ise, kadın çalışanların yukarıda sözü edilen sorunlarla karşılaşarak karşılaşmadığı ortaya çıkarılmaya çalışılmaktadır.

ESNAF KAVRAMI

Kadın nüfusunun erkek nüfusuna oranı göz önüne alındığında, böylesine bir gücün çalışma hayatına ve özellikle de işletme alanına verebileceği katkıların göz ardı edilemeyecek kadar önemli olmasına, ülkemizde son yıllarda ticaret ve hizmet sektöründe faaliyet gösteren kadın esnaf sayısının her geçen gün artmasına rağmen, işletme sahibi kadın esnaflarla ilgili literatürdeki çalışmalar oldukça kısıtlıdır (Güney, 2006: 26).

Literatürde ortak bir esnaf ve sanatkâr tanımına rastlamak oldukça güç olmakla birlikte, benzer özellikler sergileyen bu işletmelerin tüm dünyada “küçük ölçekli işletmeler” olarak sınıflandırıldığı bilinmektedir. Küçük ölçekli işletme kavramı ise, temelde az sayıda işçinin çalıştığı, küçük sermayelerle kurulmuş, çok küçük ölçeklerde üretim yapan ve düşük cirolara sahip işletmeler için kullanılan bir kavramdır. Bu kavramı tanımlarken belirtilen kıstaslar ülkeye, sektöre ve iş koluna göre farklılıklar gösterebilmektedir. Öyle ki, kimi ülkeler küçük ölçekli işletme tanımını yaparken yüksek sayıda istihdam ve yüksek tutarlarda ciro ölçütü belirlerken, kimi ülkeler de bu ölçütleri daha düşük seviyelerde tutmaktadır. Bunun nedeni ise, her ülkenin farklı ekonomik ve sosyolojik yapıları sahip olmasıdır (Özbilgili, 2014: 5).

Esnaf, en genel tanımıyla kısıtlı bir sermaye ile daha çok beden gücüne dayanarak iş yapan ve bağımsız çalışan girişimciler olarak tanımlanabilmektedir (Çoban-Irmis, 2013). Esnaf, tacir sıfatını kazanabilecek düzeyde sermayeye sahip olmayan ve daha çok emeğe dayalı olarak gelir elde eden ve bağımsız çalışan kişidir (Çelik-Akgemci, 1998: 7). Arapça “cins, parça, kısım” anlamındaki sınıf sözcüğünün çoğulu olan esnaf, bir iş ve mesleği icra edenleri kapsayan terim olarak kullanılır. Terimde zamanla anlam genişlemesi meydana gelmiş ve lonca üyelerini, zanaatkârları ve tüccarları ifade eder olmuştur (Küçükdağ, Y. ve Erdemir, Y. 2014: 379). Ülkemizde esnaf ve sanatkârların kapsamı ve tanımı, Avrupa Birliği ülkelerindeki uygulamalardan biraz farklıdır. Ülkemizde, “esnaf” ve “sanatkâr” deyimleri genellikle bir arada kullanılmaktadır. “Esnaf” ticaret ve hizmet işkollarında çalışan, ancak faaliyetleri ve geliri “tacir” sayılacak ölçüde büyük olmayan girişimci olarak kabul edilmektedir. “Sanatkâr” deyimini ile imalat işkollarında çalışan, ancak faaliyetleri ve geliri “sanayici” sayılacak ölçüde büyük olmayan girişimciler anlaşılmaktadır (TESK, 2008b: 23). 6762 sayılı Türk Ticaret Kanun’unda ise esnaf, “İster gezici olsun ister bir dükkânda veya bir sokağın belirli yerlerinde sabit bulunsun, ekonomik faaliyeti sermayesinden fazla bedeni çalışmasına dayanan ve geliri belli sınırı aşamayan ve sanat veya ticaretle uğraşan kişidir” (md. 15) şeklinde yer almaktadır.

Esnaf ve sanatkârlar sınırlı finansal yapıları olan, küçük ölçekli, yerel işletmelerdir. Yeterli derecede kazançları olmadığından, ancak; kendilerine

sağlanan finansal desteklerden yararlanmak suretiyle işyerlerini yenileyebilmekte, ya da uzun yıllar sonra kendilerine ait bir işyeri edinebilmektedirler. Zaman içerisinde işlerini büyüten, küçük bir esnaf olmaktan çıkıp KOBİ olma yolunda ilerleyenler olsa bile bu örneklerin sayısı oldukça azdır. Özellikle küçük yerleşim yerlerinde bulunan esnafın büyüme potansiyeli çok daha düşük olmaktadır. Yine de ülke ekonomilerine katkıları yadsınamayacak ölçüde fazladır. Her şeyden önce kendilerini istihdam ederek işsizliğin azalmasına katkı sağlarlar. Ayrıca, meslek öğreticisi olarak, nitelikli iş gücünün yetişmesini sağlarlar. Diğer yandan yerel ekonomiler içerisinde çok sayıda esnafın olması o ekonomi içerisinde ticaretin gelişmesine neden olmaktadır. Böylelikle, küçük esnaf ve sanatkârlar, yerel ekonomilerdeki gelişmişlik ve refah düzeyinin artmasına ve bölgeler arası gelişmişlik farklarının azalmasına yardımcı olmaktadırlar (Özbilgili, 2014: 4).

MATERYAL VE YÖNTEM

Küçük işletme yöneticiliği yapan çalışan sayısı ülkemizde her geçen gün artış göstermektedir. Hem işletme sahiplerinin hem de işletmelerde çalışan kişilerin işgücü piyasasına ve toplumsal yaşama katılımını sağlayan küçük işletmeler, ülke ekonomisinin can damarları olup tüketicilerin taleplerine hızlıca cevap veren esnek yapılardır. Ekonomik ve toplumsal açıdan hem ülkeye hem de istihdam edilen küçük işletmelerde, kadın esnaf da kendilerine yer bulmaktadır. Ülke ekonomisinin küçük yapı taşları olarak ekonomiye katkı sağlayan küçük işletmelerle ilgili Türkiye Esnaf ve Sanatkarları Konfederasyonu'nun (TESK), 31 Mayıs 2023 tarihli verilerine göre, Türkiye'de toplam 2.211.681 kişi, kurdukları 2.420.782 işletmede esnaflık yaparak geçimlerini sağlamak ve ekonomiye dâhil olmaktadır. Araştırma mekânı olarak seçilen Kilis ilinde ise, toplam 4.700 esnaf bulunmakta ve bu kişiler toplam 4.793 adet dükkân işletmektedirler (www.tesk.org.tr).

Küçük işletme sahibi kadın esnafın çalışma yaşamlarına, mesleklerine, deneyimlerine ve çalışma yaşamlarında karşılaştıkları toplumsal cinsiyet temelli zorluklara odaklanan bu araştırma, yüzölçümü bakımından küçük bir kent olmasına karşın Suriye'ye sınır olmasının da etkisiyle, geçmişten günümüze ticaretle iç içe olan Kilis ilinde gerçekleştirilmiştir. Kentte ticari faaliyet gösteren ve küçük işletmeleri bulunan kişi sayısı 4.700 olmakla birlikte, kent esnafının cinsiyete göre dağılımıyla ilgili herhangi bir resmi veri bulunmamaktadır. Ancak geçmişe oranla kadın esnaf sayısının her geçen gün artış gösterdiği gözlemlenmektedir.

Kadın esnafın çalışma yaşamlarıyla ilgili detaylı bilgi almak adına araştırma kapsamında işletme sahibi kadınlarla görüşmenin ve onların ifadelerine

başvurmanın uygun olacağı kanaatiyle, araştırma nitel araştırma modelinde tasarlanmıştır. Veri toplama aracı olarak derinlemesine görüşme tekniği kullanılarak katılımcılarla yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Araştırmada amaçlı örnekleme tekniği kullanılarak kentte ikamet eden ve bir işletme sahibi olan yirmi kadın esnaf, araştırma örnekleme dâhil edilmiştir. Mart-Nisan 2022 tarihinde gerçekleştirilen derinlemesine görüşmeler öncesi esnaf kadınlardan onay alınmıştır. Yüz yüze görüşmeler esnasında kullanılan ses kayıt cihazlarıyla ilgili katılımcılar bilgilendirilmiş ve onayları sonrası görüşmeler kayıt altına alınmıştır. Saha araştırması sonrası, ses kayıt cihazındaki katılımcı ifadeleri transkript edilmiş ve temalara ayrılmıştır. Katılımcıların kimliklerini gizli tutmak adına katılımcılara K1, K2, K3 ... K20 şeklinde kodlar verilmiş ve bir sonraki başlıkta katılımcı ifadelerine bu kodlar kullanılarak yer verilmiştir.

ARAŞTIRMA BULGULARI

Kilis'te yaşamını sürdüren ve bir işletmenin sorumluluğunu üstlenerek çalışma hayatına aktif olarak katılan kadın esnaflarla, derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilerek saha çalışmasından elde edilen araştırma bulguları, katılımcılara ait sosyo-demografik bulgular ve toplumsal cinsiyet odaklı bir yaklaşımla değerlendirilen katılımcıların çalışma yaşamlarına ait bulgular olmak üzere iki alt başlığa ayrılmıştır.

Katılımcıların Sosyo-Demografik Özellikleri

Katılımcıların yaşları, medeni durumları, eğitim düzeyleri, işletmelerinin faaliyet türü gibi sosyo-demografik bilgileri tablollaştırılarak detaylı bir şekilde yer verilmiştir.

Tablo 2. Katılımcıların Sosyo-Demografik Bulguları

Katılımcı	İşletmenin Faaliyet Türü	Yaş	Eğitim Durumu	Medeni Hal	Çocuk Sayısı	Çocukların Yaşı
K1	Kuaför	37	Lise	Evli	3	2 / 13 / 17
K2	Bijuteri, takı ve aksesuar	55	İlkokul	Evli	3	18 / 27 / 30
K3	Yemek üretimi ve satışı	37	Lise	Evli	3	13 / 16 / 20
K4	Konfeksiyon	28	Lisans	Bekâr	-	-
K5	Eczane	55	Lisans	Bekâr	-	-
K6	Yemek üretimi ve satışı	49	Ortaokul	Bekâr	4	21 / 27 / 30 / 32
K7	Moda ve dikim evi	62	İlkokul	Bekâr	3	39 / 40
K8	Ahşap atölye işletmecisi	37	Ön Lisans	Evli	2	3 / 7
K9	İç giyim satışı	42	Ortaokul	Evli	3	8 / 13 / 18

K10	Eczane	76	Lisans	Bekar	2	42/ 44
K11	Yemek üretimi ve satışı	34	İlkokul	Evli	2	8/ 13
K12	Konfeksiyon	40	Ortaokul	Evli	3	9/ 15 / 19
K13	Gıda satışı	55	İlkokul	Bekâr	-	-
K14	Konfeksiyon ürün satışı	38	Ortaokul	Evli	4	15/ 16/ 18/ 21
K15	İç giyim ürün satışı	36	Lise	Evli	2	9/ 13
K16	Güzellik ve estetik merkezi	30	Ön lisans	Bekar	-	-
K17	Bijuteri, takı ve aksesuar	38	Ortaokul	Evli	2	10/ 12
K18	Gıda	52	İlkokul	Evli	2	26/ 30
K19	Kuaför	51	İlkokul	Bekar	3	20/ 26/ 33
K20	Konfeksiyon	42	Lise	Evli	2	16/18

Katılımcıların sosyo-demografik özellikleri incelendiğinde, Tablo 2’de de görüldüğü üzere, araştırmaya katılan kadın esnafların yaşları 30 ile 76 arasında dağılım göstermektedir. Eğitim düzeyleri incelendiğinde katılımcılardan altısının ilkokul, beşinin ortaokul, dördünün lise, ikisinin ön lisans ve üçünün lisans mezunu olduğu görülmektedir. Katılımcıların medeni durumlarına göre, eşi vefat eden ve eşinden boşanan dört katılımcıyla beraber sekizinin bekâr, on ikisinin evli olduğu bilgisine ulaşılmıştır. Çocukları olan katılımcıların çocuk sayısı iki ile dört arasında değişmekle birlikte genel olarak erken yaşta evlilik ve adolesan gebelik deneyimleri olduğu anlaşılmaktadır. Katılımcıların işletmesini yaptıkları işyerlerinin faaliyetleri incelendiğinde ise, konfeksiyondan iç giyim ürün satışına, kuaförden güzellik merkezi işletmeciliğine, gıda ve yemek üretim satışından bijuteriye çeşitlilik gösterdiği görülmektedir. Katılımcılar farklı ürün üretimi ve satışıyla ilgilenmekle birlikte, toplumsal cinsiyet rollerine uygun ürünlere ilgi gösterdikleri görülmektedir. Örneğin hırdavat ürünleri veya elektrik tesisatçılığı ve ilgili ürün satışları yerine, iç giyim ve takı gibi kadınların daha ilgili olduğu düşünülen toplumsal kodlara göre işletme faaliyetleri içerisinde oldukları görülmektedir. Bu noktadan hareketle, bu meslek türünde de toplumsal cinsiyete dayalı kalıpların etkisinin hissedildiği söylenebilmektedir.

Katılımcıların Çalışma Yaşamlarına İlişkin Bulgular

Bu başlık altında, araştırma örnekleminde yer alan kadın esnafların çalışma hayatları mercek altına alınmaktadır. Katılımcıların meslekte geçirdikleri süreden ürün tedarikğine, çalışanlarıyla ilişkilerinden işletme açma nedenlerine, çalışma saatlerinden sektörel zorluklara, işyeri ile ev dengesini sağlama stratejilerinden işyerlerinin onlar için anlamına, komşu erkek esnaflarla ilişkilerinden küçük ve

geleneksel bir kentte kadın esnaf olmanın toplumsal cinsiyet açısından değerlendirmesine değin pek çok tema derinlemesine ele alınmış ve katılımcılarla gerçekleştirilen yüz yüze görüşmeler neticesinde, katılımcıların deneyimleri, kendi ifadeleriyle desteklenerek aşağıda alt başlıklar halinde yer almıştır.

Meslekte Geçirilen Süre

Araştırma kapsamında araştırmaya katılan kadın esnaflara, işyerlerini işletme süreleri sorulmuş ve bir yıl ile kırk dört yıl arasında değişkenlik gösterdiği bilgisine ulaşılmıştır. Katılımcıların ifadelerinden, işyerlerini ortalama on yıldır işlettikleri anlaşılmaktadır. Bununla birlikte, on yedi yıl, yirmi yıl, yirmi dokuz yıl ve kırk dört yıldır işlettiklerini dile getiren katılımcılar bulunmaktadır. Böylece uzun bir süredir bu mesleği icra ettikleri ve genç yaşlarda işletme sorumluluğu aldıkları görülmektedir.

“Daha önce bazı kurumlarda aşçı ve aşçı başı olarak çalıştım. Başka insanların işyerlerinde çalışarak sadece başka insanların hayallerini büyütürsünüz, diye düşündüm. Benim de kendi hayalimdi. Sonra kendi işyerimi açtım.” (K6).

“Refik Saydam Hıfzıssıhha Enstitüsü ilk işimdi. Orada beş sene çalıştım. Sonra iki sene devlet beni Sağlık Bakanlığı İngiltere’ye yolladı. Farmasötik analiz yani ilaç analizi üzerinde önce Strathclyde Üniversitesi’nde çalıştım. Sonra güneye indim bir ilaç fabrikasında çalıştım. Sonra tekrar İskoçya’ya gittim, döndüm ve biraz daha çalıştım. Sonrasında Kilis’te bu eczaneyi devraldım.” (K10)

K10’nun kayınpederinin 1925 yılında açtığı ve kentin ilk eczanesi olma özelliğini taşıyan eczaneyi, kendisinin eczacılık fakültesinden mezun olduktan sonra 1978 yılında devralarak kırk dört yıldır işleten katılımcı, yetmiş altı yaşında olmasına rağmen söz konusu süre içerisinde aralıksız bir şekilde özverili bir şekilde işini sürdürmüştür. Araştırmaya katılan diğer kadın esnaflar da kendi mücadeleleri ve birikimleriyle işyerlerini açmış ve işletmişlerdir. Böylece kamusal alanda görünürlüklerini arttırma yolunda ilerlemişlerdir.

Mesleğin Seçilme Nedenleri

Araştırma örneklemini oluşturan kadın esnaflara, yüz yüze görüşmelerde mesleği tercih etme nedenleri sorulmuştur. Katılımcıların ifadelerinden, ekonomik olarak eşine bağımlı ve ev içi iş bölümüne bağlı ev eksenli bir yaşam biçimini önceleyen geleneksel toplumsal cinsiyet kalıplarının aksine, maddi özgürlüğünü kazanmış, kamusal alanda yer alan, kendisinin ve ailesinin ekonomik refahı için emek sarf eden, ev-işyeri dengesini kurmaya çalışan ve

yaşadıkları kentin çalışma yaşamındaki ataerkil baskıyı kırmaya çalışan kadınlar oldukları sonucuna ulaşmaktadır.

“Ekonomik rahatlık çok çok iyi bir şey. Kendi istediğin şeyi özgürce alabilmen bu muazzam bir şey... Zaten ilk bir ayım ağlamakla geçti. Mutfakta sürekli ağlıyordum ve hiç kimse yoktu. Sonra ikinci ayda aç olduğumuzu fark ettim. Ama yılmadım, didindim durdum ve başladım.” (K3)

“Her ne olursa olsun bir kadının mutlaka kendi kolunda altın bileziğinin olması gerektiğini düşünüyorum. Evet toplum kadın ve erkeklerden oluşuyor yani aslında ayrılmaz bir ikili cins olarak. Ama bir kadın gerektiğinde tek başına kendi idamesi yani ne bir babanın esareti altında ne bir eşin esareti altında kalmadan hayatını idame ettirebilmesi gerekiyor.” (K19)

“Bana herkes karşıydı ama ben çok istiyordum. Küçük minicik bir dükkânda başladım. Kendi gelinlik sandalyelerimi falan koydum. Zordu ama hayallerimi gerçekleştirdim.” (K1)

Katılımcıların cevaplardan yola çıkarak dükkân işletmeciliğine başlamanın ve devam etmenin zorlu bir süreç olduğunu ancak kadınları hem kamusal hem de özel alanda ekonomik ve sosyal anlamda özgürleştirici bir araç olduğunu ifade edebiliriz.

Başka Kadınlara İstihdam Sağlama

Kadın esnaflarla gerçekleştirilen yüz yüze görüşmeler esnasında, katılımcıların tamamının işlettikleri dükkânlarda kadın çalışanlar istihdam ettikleri gözlemlenmiştir. Kadın esnaflara işyerlerinde istihdam ettikleri çalışanlarla ilgili sorular yöneltilmiştir.

“Çalışanlarımla kâr ortaklığı yapıyorum. Yirmi yıldır birlikte çalıştığım artık kızım yerine koyduğum çalışanlarım var. Hatta çalışanlarımdan biri gelinim oldu. Birlikte çalışıyoruz, hep beraber kazanıyoruz, evlerimizi geçindiriyoruz çok şükür.” (K7)

“Bizim iş aşırı dikkat gerektiriyor sağlığa dayalı olduğu için. O yüzden çalışanlara taviz vermediğim dikkat etmem gereken konular var. Bazen kızsam da genelde sevgiyle yaklaşıyorum. Onları çok sevdiğimi bildikleri için aramız bozulmuyor. Denge kurmaya çalışıyorum hep.” (K5)

Katılımcılar zaman zaman çalışanlarıyla sorun yaşasalar da kolaylıkla çözdüklerinden bahsetmişlerdir. Sorunların çözümünde ve çalışanlara yaklaşımda anaç bir tutum sergiledikleri görülmektedir. Kadınsı olarak nitelendirilen şefkatli olma, merhametli davranma ve empati kurma gibi özellikler, işletme sahiplerinde gözlemlenmektedir. Ayrıca katılımcılar işyerlerinde kendi personellerinin olmasından büyük bir gurur ve mutluluk duymaktadırlar.

İşin ve İşletmenin Anlamı

Kadın esnaflara işlerinin ve sahibi oldukları işletmelerin kendileri için ne ifade ettiği sorulmuştur. Katılımcılardan alınan cevaplara aşağıda yer verilmiştir:

“İşyerim hem evim hem de bütün hayatım. Yani evimde iki saat geçiriyorum sonra uyuyorum. Ama bütün günüm burada geçiyor.” (K16)

“Şu an işte gibi hissetmiyorum kendimi. Başka bir yere gittiğim zaman mesela şey oluyorum direkt gelmek istiyorum. İşime gelmek istiyorum yani.” (K4)

“İşyerim tamamen evim oldu. Şu anda evim otel oldu. O derece bir şey. Evimden daha huzurluyum burada.” (K18)

“Bendeki yeri işte bu hayatta vazgeçemeyeceğim iki şey yani biri ailem biri işim. Sanki böyle doğmuş gibiyim. Hayatımın odak noktası ikisi de. Kendimi buluyorum burada yani işyerimde.” (K9)

Kadınların ifadelerinden, evleri ile işyerleri arasında oluşan bağın onların hayatlarının merkezinde yer aldığı anlaşılmaktadır. Evleri ile işletmelerinin aynı anlam ve öneme sahip olduğu hatta bazı katılımcılar için işletmelerinin hayatlarının merkezinde yer aldığını, kendilerini ona göre şekillendirdiklerini görmektediriz.

Taşrada Kadın Esnaf Olmak

Küçük bir yüz ölçümüne sahip, birincil ilişkilerin yaygın olduğu, geleneksel değerlerin yoğun olarak hissedildiği ve yerel halkın genel olarak ataerkil bir bakış açısına sahip olduğu bir kentte, kadın esnaf olmanın ve küçük işletme yöneticiliği yapmanın zorluklarını, araştırma kapsamında, katılımcıların değerlendirmeleri istenmiştir. Katılımcılara sektöre giriş öncesinden, araştırmanın yapıldığı döneme değin çalışma yaşamındaki deneyimlerini soru bağlamında değerlendirmişlerdir. Katılımcıların fikir ve deneyimlerini içeren ifadeler aşağıda yer verilmiştir:

“Çok zordu ilk başlarda. Bir önyargı ile bakıyorlardı. Ben mesela hep uzak tutardım kendimi. Ama bu önyargıyı yıkmak gerçekten en az bir 4-5 yılını aldı. Çekiniyordum kendi adıma, aman yanlış şey görmesinler düşünmesinler diye. Kilis hani küçük bir yer olduğu için herkes birbirini tanıdığı için takdir yerine çamur atma daha kolay oluyor. Şu anda kadın esnaf olarak bunu aştığımı düşünüyorum. Zamanla aşıyor ama gereken o uzun zaman gerçekten yoruyor.” (K2)

“Zoru başarmak... Sıkıntı Kilis diyorum, görmezden geliyorum duymazdan geliyorum hani sabrımın dibini kullanıyorum. Burada herkes birbirini tanıyor. Bir kere bizim burada isim yok, soy isim var. Bazen kendim gibi davranmıyorum. Mecburen her konuda dikkat ediyorum.” (K20)

“Kilis’teki ön yargıların çoğunu yıktığımı düşünüyorum ben. İlk başlarda Kilis’te işte kadınlar dışarı çıkamaz, çarşıya gidemez, bir şey başaramaz, bir şey alamaz, bir şeye karar veremezdi erkeksiz.” (K15)

Yukarıdaki ifadelerden, katılımcıların gündelik yaşamlarını ve çalışma yaşamlarını sürdürdükleri Kilis kentinde ataerkil bakış açısı kaynaklı yaşadıkları zorluklara tanık olunmaktadır. Kadınların ev eksenli bir yaşamları olması gerektiğine dair kanaatin özellikle geçmiş yıllarda daha baskın olduğu ve bu durumun işletme sahibi kadınların sektöre girişlerinde zorlanmalarına sebep olduğu anlaşılmaktadır.

“Zorluk baya zorluk. Ya bir kere kadın olduğunuz için bir sıfır kaybediyorsunuz. Erkekler erkeklerden alışveriş yapmayı veya iş yapmayı daha çok seviyorlar. Hani hatır gönül işi Kilis’te daha çok işliyor. Biraz daha ikinci planda kalıyorsunuz. Küçük bir yer olduğu için tabi ki müşteri potansiyeliniz de düşüyor.” (K5)

“Ben bütün zorluklarını yaşadım kadın esnaf olmanın. İki kat fazla çalışıyorum mesela ama sen önemli değilsin. Kadın olmanın bir kere zorluğu zaten başlıyor yani orada, ev içinde de dışarıda da. Kadının çektiği zorluk görülüyor yani hiçbir zaman. Erkekler ama, en ufak bir zorlukta aman erkektir işte. Dünya onların etrafında dönüyor gibi. Kadın olarak hep bir tık daha geri de tuttum kendimi. Sadece işime odaklandım.” (K13)

“Son zamanlarda düşündüğüm şey bu erkeklerin hani şeyi vardır eve bir kazanç götürme kaygıları vardır tek perde oynarlar hayatı yani evde baba iş yerinde de iş yapmak zorunda. Şöyle bir kadında düşündüğünde ev hanımısın, iş kadınısın, annesin... Şimdi kendimi bir günün içinde birkaç tiyatro perdesine oynayan bir oyuncu olarak hissediyorum. Bir şeylere koştur koştur. Yani çok perdeli bir tiyatroyu sergiliyorsun, çok rol alıyorsun, farklı farklı rollerde görevlisin.” (K12)

Yukarıdaki katılımcı ifadelerinden kadın esnafların gündelik yaşamlarında sahip oldukları farklı toplumsal cinsiyet rollerinin yaşamlarını nasıl kuşattığını ve bu roller etrafında şekillenen yaşamlarının zorluğunu dile getirdikleri görülmektedir.

“İlk açtığım yıllarda karşı komşularım vardı erkek esnaflar tabureler e oturur eczanemi seyredelerdi. Bu beni çok rahatsız ederdi, bu çevredeki tek kadın esnaftım. Tabi bu süreç içinde Kilis de değişti. Şehir halkı çalışan kadınlara daha çok alışı. Yani banka memuresi ve öğretmenin dışında da artık kadınların iş hayatında aktif olduğunu gördüler.” (K10)

“Daha önceki yıllarda kadın esnaflara iyi gözle bakılmıyordu. Hatta kapının önüne çıkıp ben çok göz önünde durmamaya çalışıyordum. Biz kadınlar zamanla bir şeyleri değiştirdik. Çok gurur verici çok güzel bir şey.” (K11)

Katılımcılar, önceki yıllarda yaşadıkları coğrafyada “işletme sahibi kadın” olmanın genel olarak kent sakinleri tarafından olumlu karşılanmadığını, ancak zaman içerisinde kadın esnafın da çabasıyla bu olumsuz kanaatin kırıldığını belirtmişlerdir. Söz konusu değişimle birlikte, kadın esnafın özgüveninin ve özsaygısının yükseldiğini ve sosyal çevrenin de takdirini kazandıklarını aşağıdaki ifadelerden anlayabilmekteyiz.

“Sevildiğimi düşünüyorum. İlk başta çok yadırgadılar ama sonradan buranın en sevilen kişilerinden biri oldum. Kiminin ablası kiminin kardeşi pozisyonunda. Aile gibi hep ortamımız. Saygınlık görüyorum, tanınıyorum.” (K17)

“Yani şu anda da çalışmayanların gözünde biz şeyiz bankamatik gibiyiz. İstediğimiz alacağımızı, gezeceğimizi, yaşayacağımızı düşünüyorlar, imreniyorlar... Güzel bir iş yaptığımı düşünüyorum mutlu oluyorum. En azından mutlu olduğum işi yapıyorum. Ayaklarımın üstünde duruyorum, bu da beni mutlu ediyor.” (K14)

“Artık çoğu kişi takdir ederek bakıyor. Ama eskiden kendi akraba çevremden eşin sana bakamayacak mı? Ne gerek var çalışmaya? Otur evinde çocuğuna bak diyenler çoktu. Eskiden çalışan kadın da yoktu bu çevrede. Ama şu an takdir edilerek bakılıyor bize.” (K8)

Araştırmaya katılan kadın esnaflar özelinde değerlendirdiğimizde, kadın esnaf olmanın zorluklarını yıllar içerisinde yaşamalarına rağmen, geçen bu zaman zarfında emeklerinin karşılığını sadece ekonomik olarak değil aynı zamanda sosyo-kültürel olarak da aldıklarını ve hem erkek hem de diğer kadın kent sakinleri tarafından kadın esnafa bakışı olumlu yöne doğru çevirmeyi başardıklarını ve bu başarının kendilerine olan güveni, gururu ve mutluluğu arttığını görmekteyiz. Böylece bu araştırmayla, ataerkil bir yapıya sahip küçük bir coğrafyada, toplumsal cinsiyete dayalı rolleri ve ataerkil bakışı değiştirmenin öneminin çalışan kadınlar için önemini ortaya çıkardığımız kanaatini taşımaktayız

SONUÇ

Ülkemizde kadınlar hizmet, sanayi ve tarım sektörlerinde pek çok iş kolunda emek sarf etmektedirler. Geçmişten günümüze bakıldığında, kadınların istihdama katılımlarında ve icra ettikleri meslek türünde bir artış olduğu görülmektedir. Eğitim düzeylerinin yükselmesi, okullaşma oranlarının artması, kadın istihdamı için geliştirilen politika ve projelerin artması ve konuya ilişkin geleneksel bakış açısının kısmen değişmesiyle birlikte, kadınların işgücü piyasasındaki görünürlükleri artış göstermiştir. Ancak resmi rakamların da gösterdiği üzere, ülkemizde kadın istihdam oranları, tarihsel süreçten günümüze, erkek istihdam

oranlarının gerisinde kalmaktadır. Bu noktada, konuyla ilgili yapılacak daha fazla sayıda düzenlemeye ihtiyaç duyulduğu görülmektedir.

Kadınların çalıştığı mesleklerle ilgili nicel ve nitel çalışmaların literatürümüzdeki niceliksel artışı olumlu bir gelişme olarak değerlendirilmektedir. Kadın istihdamıyla ilgili akademik çalışmaların artışı, konuyla ilgili politika ve proje geliştiren kurumların dikkatini çekme konusunda olumlu katkılar sunmakta ve kadınların işgücüne piyasasına girişleri ve piyasada kalışlarıyla ilgili yeni düzenlemelerin gerçekleşmesine etki etmektedir. Ancak kadınların faaliyet gösterdikleri bir iş kolu olan küçük işletme yöneticiliği ve bu işi yürüten kadın esnaflarla ilgili akademik çalışma sayısı yok denecek kadar azdır. Literatürde kadın esnaflarla ilgili yapılacak çalışmaların sayısındaki artış, söz konusu kadınların görünürlüğünü artırma da önemli bir katkı sağlayacaktır.

Ülkemizin küçük bir sınır kenti olan Kilis'te gerçekleştirilen nitel bir saha araştırmasına dayanan bu çalışmada, kadın esnaflarla yüz yüze görüşme fırsatı elde edilmiştir. Kadın esnaf sayısının gün geçtikçe arttığı bu kentte, geçmişe göre kadın esnaf sayısında artış olmakla birlikte, araştırma kapsamında bu sayının çok hızlı yükselmediği bilgisine ulaşılmıştır. Bu durumun sebebini, kentin kadın esnafları, kentin geleneksel düzende bir başka deyişle ataerkil bakış açısının hâkim olduğu bir düzende olmasına bağlamışlardır. Küçük işletme yöneticiliğinin, yaygın ve baskın olarak erkek esnafların tekelinde olması, kadınları bu iş koluna girme konusunda tereddüt yaşamalarına sebebiyet vermektedir. Özellikle geçmiş dönemlerde, eczane dışında kadınların açtığı işletmelerin olmaması, kadınların konuya mesafeli durmasına sebep olmuştur. Zaman içerisinde eczane dışında başka işletmelerin de açılması olumlu bir gelişme olarak değerlendirilebilir, ancak özellikle kentte ilk açılan işletmelerin sahibi kadınlar, erkek egemen bir piyasada oldukça zorlandıklarını ifade etmişlerdir. Araştırma kapsamında, erkek esnafın, piyasada ve çalıştıkları mahallede kadın esnafları ilk gördükleri zamanlarda oldukça tuhaf karşıladıklarını sonrasında zamanla ve kadınların çabalarıyla daha normal karşıladıkları bilgisine ulaşılmıştır. Kadın esnafın, kendi eşleri, aileleri, yakınları hatta kent sakinleri tarafından da işlerinin yadırgandığını, ancak kadınların kendilerine ve işlerine olan inançları ve emekleriyle bir süre sonra sosyal çevrenin de kadınların, küçük işletme yöneticiliklerini kabullendikleri anlaşılmaktadır.

Kadın esnafın çalışma yaşamındaki deneyimlerine ilişkin araştırma bulguları incelendiğinde, kadınların mesleklerinde zorlanmakla birlikte, işin kendileri için oldukça anlamlı olduğu bilgisine ulaşılmaktadır. Kadın esnaf olmak, günün büyük bölümünü işletmede geçirmek anlamına gelmektedir. Kadınlar, özellikle de çocuk sahibi olanlar, iş ve yaşam dengesi kurmak için özel bir çaba sarf

etmektedirler. Bazı kadın esnaflar, çocuklarının işletmelerinde sıklıkla bulunduğunu ifade etmektedir. Kadınlar ürün tedariki konusunda zaman zaman eşlerinden yardım almakla birlikte, işletmelerin tüm yükünü kendileri kaldırmaktadır. Ürünlerin tedariki, kullanımı, müşteriyle ilişkiler, çalışanların istihdamı, çalışanlara işin öğretilmesi ve işlerin kontrolü, işletmeyle ilgili bürokratik işlemler gibi pek çok işi, kadın esnaflar gerçekleştirmektedir. Böylece işletmenin yükünü, kendi omuzlarına almaktadırlar. İşletmelerinde kendileri dışında başka kadın çalışanların da bulunması, kentin kadın istihdamına katkı anlamına gelmektedir. Bu katkı, işletme yöneticisi kadınların gururunu okşamaktadır. Kadın esnaf olmaları, biyolojik ve toplumsal cinsiyetlerinden kaynaklı olduğu düşünülen anaç tavırlarını, çalışanlarına ve müşterilerine yansıtmalarında etkili olmaktadır. Böylece günün büyük bölümünü geçirdikleri işletmelerinde kadınlar hem ekonomik olarak özgürleşmekte hem sosyalleşmekte hem de özgüvenlerini yükseltmektedirler. Böylece ülkemizdeki pek çok kadın çalışan için olduğu gibi Kilis işgücü piyasasında yer alan ve emek sarf eden kadınlar için çalışmanın ekonomik, sosyal, kültürel ve psikolojik pek çok getirisinin olduğunu söylemek mümkündür. Bu çok boyutlu faydaların, ülkemizde, daha fazla kadının istihdama katılımlarının önünün açılması için oldukça önemli sebepler olduğu düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

1. Altaş-Karaca, D. ve Taşseven, Ö. (2022). Türkiye'nin kadın istihdamı ve işgücü istatistiklerinin incelenmesi. *Balkan and Near Eastern Journal of Social Sciences*, (Special Issue), 176-186.
2. Altay, S., ve Tekin Epik, M. (2016). 50 d'li araştırma görevlilerinin iş güvencesizliği algısı ve iş tutumlarına etkisi: SDÜ İ.İ.B.F. araştırma görevlileri üzerine bir uygulama. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 30(5), 1273-1278.
3. Arat, N. (1996). Türkiye'de kadın olmak. İstanbul: Say Yayınları.
4. Avcı-Aksu, B. (2014). *İşletmelerde kadın çalışanlara yönelik aile dostu insan kaynakları politikaları, iş-aile çatışması ve desteğinin iş doyumuna ile ilişkisi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
5. Aytaç, S. (2019). Çalışma yaşamında kadınlar. Editör S. Dursun, S. Aytaç, *Çalışma yaşamında özel gruplar* (ss. 1-59). Bursa: Ekin Kitabevi Yayınları.
6. Çarıkçı, İ. H. ve Yavuz, H (2009). Çalışanlarda mobbing (psikolojik şiddet) algısı: Sağlık sektörü çalışanları üzerine bir araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2(10), 47-62.
7. Çelik, A. ve Akgemici, T. (1998). *Girişimcilik kültürü ve KOBİ'ler*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
8. Çoban, H. ve İrmiş, A. (2015). Girişimcilik kültürü açısından geleneksel alışveriş yerlerindeki esnaf ile modern Avm'lerdeki esnafın karşılaştırılması. *Pamukkale İşletme ve Bilişim Yönetim Dergisi*, (1), 29-38.
9. Dalkıranoglu, T. (2006). *Çalışma yaşamında kadın işgücü ve cinsiyet ayrımcılığı: Konaklama işletmelerinde bir uygulama*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
10. Güldal, D. (2006). *Kadın yöneticileri motive ve demotive eden faktörlerin tespitine yönelik bir araştırma*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana.
11. Güney, S. (2006). Kadın girişimciliğine genel bir bakış, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*. 1(1), 25-43.
12. Karabıyık, İ. (2012). Türkiye'de çalışma hayatında kadın istihdamı. *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2(1), 231-260.
13. Karagöl, E. T. ve Akgeyik, T. (2010). *Türkiye'de İstihdam Durumu: Genel Eğilimler*. Set Analiz.

- 14.Kocacık, F. ve Gökkaya, V. B. (2005). Türkiye’de çalışan kadınlar ve sorunları. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 6(1), 195-219.
- 15.Küçükdağ, Y. (2014), *Ahilik: Osmanlı dönemi*, Ahilik ansiklopedisi, Ankara: T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı.
- 16.Mahmutoğlu, T. (2017). *İş hayatında cinsel ayrımcılık ve örgütsel vatandaşlık üzerine etkileri*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- 17.Makal, A. (2010). Türkiye’de erken Cumhuriyet döneminde kadın emeği. *Çalışma ve Toplum*, 25, 13-40.
- 18.Mardin, N. B. (2000). *Sağlık sektöründe kadın*. Ankara: T.C. Başbakanlık Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü.
- 19.Önder, N. (2013). Türkiye’de kadın işgücünün görünümü. *Çalışma Dünyası Dergisi*, 1(1), 35-61.
- 20.Özbilgili, C. (2014). *Türkiye’de küçük esnaf ve sanatkârın kredi kullanımı ve ödeme gücü: TESKOMB örneği*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın.
- 21.Özer, M. ve Biçerli, K. (2004). Türkiye’de kadın işgücünün panel veri analizi. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 55-86.
- 22.Sarmaşık, Ş. (2009). *İşyerinde cinsel taciz algılaması ve yönetim ilişkilerine etkisi hakkında bir araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Pamukkale Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Denizli.
- 23.Sırım, V., Kapçak, S. ve Doğan, D. (2021). Geçmişten günümüze Türk kadın emeğinin değişim ve gelişim süreci. *Uluslararası Türk Kültür Coğrafyasında Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(1), 12-35.
- 24.Şalvarcı-Türel, N. ve Dolmacı, N. (2013). İş yaşamında kadın çalışana yönelik ayrımcı bakış açısı ve mobbing üzerine ampirik bir çalışma. *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 84-104.
- 25.Türkiye Büyük Millet Meclisi (TBMM). (2023). Kadın istihdamının arttırılması, kadın girişimciliğinin, kooperatifçiliğinin güçlendirilmesi ve desteklenmesi kapsamında mevcut sorunların tespiti ve çözüm önerilerinin belirlenmesi konulu komisyon raporu. Ankara: TBMM Basımevi.
- 26.Türkiye Esnaf ve Sanatkarları Konfederasyonu TESK). (2008). *Esnaf ve sanatkar raporu mevcut durum sorunlar öneriler*. Ankara.
- 27.Tınaz, P. (2011). *İşyerinde psikolojik taciz*. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım.
- 28.Umutlu, S. ve Öztürk, M. (2020). İş yaşamında kadın ve karşılaştığı sorunlar. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 25(3), 297-306.

29. United Nations Development Programme (UNDP). (2002). Gender equality: Practice note, November.
30. Yanici, E. ve İrem, Ö. (2019). Türkiye’de kayıt dışı istihdam ve kayıt dışı istihdamla mücadele politikaları. *Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16, 225-246.
31. Yıldırım, M., (2017). Ayrımcılık. Editör A. Tokol ve Y. Alper, *Sosyal politika*. Bursa: Ezgi Matbaası.
32. Yıldırım, S. (2021). Ayrımcılık temelli dışlanma: Türkiye’de çalışma hayatında kadınlar. *Sosyal Güvenlik Dergisi*, 11(2). 321-346.

21. Bölüm

Sağlık Yönetiminde Öğretme Kuram, Strateji ve Tekniklerinin Öğrenmedeki Rolü

İzzet AYDEMİR¹

¹ Dr. Öğr. Üyesi.; Bingöl Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Sağlık Yönetimi Bölümü.
iaaydemir@bingol.edu.tr ORCID No.: 0000-0003-4222-2659

ÖZET

Sınıf ortamında bilginin nasıl kazanıldığı ve bu bilginin olumlu davranışlara dönüştürülmesi süreci bir eğitim programından beklenen temel çıktılardır. Etkin bir lisans programı ve bu programda okutulan derslerin destekleyici bir kuram kapsamında verilmesi yararlı olacaktır. Benzer şekilde öğreticinin anlatım stratejisi ve tekniği, öğrenenlerin hangi öğrenme yaklaşımını benimsedikleri program başarısına katkı yapabileceği gibi, hedeflenen öğrenme kazanımlarını da hayata geçirecektir. Bu amaçla tasarlanan çalışmada, Yükseköğretim Kurumları Eğitim Bilimleri müfredatında sıklıkla vurgulanan öğrenme sürecinin nasıl oluştuğu, öğrenme kuramları, öğretme stratejileri, yöntem ve teknikleri ile öğrenenlerin eğilimlerini gösteren öğrenme yaklaşımlarının önemi kuramsal çerçeve kapsamında tartışılmış ve önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Bilgiyi öğrenme süreci, Kuram, Öğrenme kazanımları, Öğrenme yaklaşımları

GİRİŞ

Kişisel öğrenme ediniminin kazanılması, araştırma-geliştirme ve yayın yapmanın yanı sıra sınıf yönetiminde etkin bir öğretme stratejisinin kullanılması, üniversite lisans programlarında öğretim elemanlarından beklenen bir yeterliliktir. Öğrenenlerin öğrenme eğilimleri ve ne tür bir öğrenme yaklaşımını benimsedikleri etkin öğrenme aktivitesine katkı sağlar. Öğrenenlerin öğrenmeye ilişkin algıları, öğrenme ortamı, öğrenmeye isteklilikleri, cinsiyet, akademik başarı ortalaması ve program kazanımlarının gelecek beklentilerini karşılama düzeyi gibi faktörlerin öğrenenlerin öğrenme yaklaşımları eğilimlerini şekillendirdiği, alan yazında sıklıkla tartışılmıştır. İstenen mezun profili; öğrenme kuramı, öğretme stratejisi, yöntem, teknik ve ilkeler kombinasyonu tercihini etkilemektedir. Hedeflenen program kazanımlarının hem öğrenen hem de öğretene bakış açısıyla etkili olması sınıf ortamında öğrenme kuram, strateji, yöntem ve tekniklerinin başarılı bir şekilde öğrenme sürecine aktarılmasıyla rasyonalite kazanmaktadır.

Öğrenme eylemi, bireyin hayatı boyunca deneyimleyerek ya da çevresel değişimleri gözleyerek elde ettiği öğrenme yaşantılarını (süreçlerini) davranışa dönüştürmesi olarak tanımlanmaktadır (Seven, Engin 2008). Öğrenme sürecinde öğrenenlerin bilgiyi nasıl elde ettiği ve hangi bilişsel süreçlerle kazandığı ve davranışa dönüştürdüğü önemlidir. İşte bu noktada bilgi işleme süreci önem kazanmaktadır. Bilgi işleme süreci; bilginin nasıl elde edildiği, depolandığı, kaydedildiği, hatırlandığı ve ifade edilmesi sürecinden oluşur (Yılmaz 2005). Ancak bireyin öğrenmesinin ve öğrenme durumlarını çeşitli açılardan incelenmesine ihtiyaç vardır. Öğrenmenin niçin ve nasıl oluştuğu (Babadoğan 1997), öğrenme sorunlarının çözüme kavuşturulması bağlamında hangi ders araç-gereç, teknoloji ve materyalin kullanılacağı, bu teknoloji ve materyalleri üretmede ve kullanmada hangi stratejilere dikkat edileceği konularında öğrenme kuramları anahtar rol oynar (Aydın 2000).

Yükseköğretim kurumlarında program başarısının ortaya konulması öğretme ve öğrenme etkinliklerinin niteliği ile yakın ilişkilidir. Öğrenenlerin öğrenmeyi nasıl ele aldıkları ve ortamdan nasıl etkilendikleri öğrenme ürünleri üzerinde önemli etkiye sahiptir (Ekinci 2008, Ekinci 2009). Öğretim elemanlarının derslerinde kullandıkları yöntem ve teknikler öğretimin niteliğini artırarak sonuçlar üzerinde önemli bir etki yaratabilmektedir. Öğretim yöntem ve tekniklerinin kullanımında öğrenenlerin gereksinimlerinin dikkate alınması, kalıcı bir öğrenmenin sağlanması açısından önemlidir. Yöntem ve teknikler ne kadar gerçek yaşam durumları ile ilişkilendirilir ve öğrenenlerin ne kadar aktif katılımı sağlarsa öğrenme çıktılarının niteliği de o derece artacaktır (Bozpolat ve diğerleri 2016).

Kuram, strateji, yöntem ve tekniklerin öğrenme yaklaşımlarıyla pekiştirilmesi öğretme-öğrenme hedef kazanımlarla sonuçlanmaktadır. Öğrenenlerin öğrenmeye ilişkin izledikleri yol ve yöntemler öğrenmeye karşı niyet, isteklilik ve düşünce bütünü öğrenme yaklaşımlarının temelini oluşturmaktadır (Demirel ve diğerleri 2017). Tüm bu süreçler ve tasarımlar öğretenlerin ihtiyaç duyulan bilginin aktarılmasına ve öğrenenlerin bilgiyi işleme biçimini etkilemeyi amaçlayan davranışlardır (Babadoğan 1997). Öğretme ve öğrenme sürecinde kuram, strateji, yöntem ve teknikler her ne kadar eğitim bilimleri müfredatında sıklıkla kullanım alanı bulsa da, bu pratiklerin diğer programlarda da profesyonel olarak uygulanmasının yararlı olacağı düşünülmektedir. Bilgi aktarım sürecinde öğrenenlere bilginin zihinsel olarak nasıl işlenebildiği, hangi kuram ve yöntemlerin öğrenme sürecinde daha etkili olduğu, bu uygulamaların öğrenenlerin sonraki öğrenme süreçlerini nasıl etkileyebildiğinin bilimsel olarak öğretilmesi hedef kazanımların gerçekleştirilmesine katkıda bulunacaktır. Sınıf yönetimi kapsamında öğrenenlere bu farkındalığın deneyimlenmesi onların öğrenme başarısına katkı sağlayarak etkin öğrenme sürecini oluşturacaktır.

Bu çalışma, lisans programlarında öğretme-öğrenme sürecinde öğrenme kuram, strateji, yöntem ve tekniklerin önemi doğrultusunda şekillenmiştir. Çalışmada öncelikle bilgi işleme süreci kapsamında aktarılan bilginin nasıl kazanıldığı, bilginin hangi bilişsel süreçlerle depolanıp davranışlara dönüştürüldüğünün önemi üzerine durulmuştur. Daha sonraki aşamada temel öğretim kuramları ve bu kuramların kazandırdığı öğretim ilkeleri ayrıntılı olarak ele alınmıştır. Çalışmanın ilerleyen bölümlerinde öğrenme yaklaşımları, öğretme stratejileri ile öğretim yöntem ve tekniklerine açıklamalar getirilmiştir. Bu çalışma kapsamında, sınıf yönetimi sürecinde öğrenme kuram, strateji ve yaklaşımlarının etkin kullanımı ile öğrenme başarısı arasındaki ilişkisel bağa yönelik farkındalık yaratacağı düşünülmektedir.

Bilgi Öğrenme Süreci

Öğrenme, hayat boyu bireyin deneyimleyerek ve başkalarından gözleyerek öğrendiği ve bu öğrenilenlerin davranışlara yansımaları olarak tanımlanmaktadır (Seven, Engin 2008). Seven ve Engin (2008) öğrenmenin davranışla ilgili olduğunu, bu davranışların tamamına yakınının öğrenilmiş davranışlar olarak ifade edilebileceğini belirtmişler. Davranış ise gözlenebilir bir eylem ya da birçok eylemin sonucu ortaya çıkan üründür. Senemoğlu (2005), öğrenmenin davranışta yaşanan değişimler olduğunu vurgulayarak her davranış değişikliğinin öğrenmeyle ilişkilendirilemeyeceğini belirtmiştir. Bireyde yaşanan bir davranış değişikliği bireyin kendisinde belirli bir özellik

kazandırmasıyla sonuçlanmalıdır. Aksi takdirde bireyde geçici görülen davranışlar ile büyüme ve olgunlaşma sonucu ortaya çıkan davranışlar öğrenme sayılmamaktadır. Diğer taraftan çevre ile sürekli bir etkileşimde olmaktan kaynaklı diğer insanlarla olan iletişim süreci bireylerde davranış, tutum, bilgi ve beceri gibi değişimler meydana getirerek öğrenmenin temelini oluşturmaktadır.

Öğrenme, bireyin zihinsel ve bilişsel süreçleri sonucunda gerçekleşen bir eylemdir (Engin ve diğerleri 2008). Bilgiye erişmek ve onu işlemek, onu transfer etme yeteneğini geliştirmek, bunun sonucunda da davranışlarını değiştirebilmek öğrenen bireylerin zihinsel süreçlerinin bir yansımasıdır (Koçel 2014). Öğrenme sürecinde bilgiye erişmek, bilgiyi öğrenmek ve ürüne dönüştürmek belirli bir çabayı gerektirir. Çünkü bilgiyi depolamak diğer bir ifadeyle bilgiyi öğrenmek için harcanan çaba ve zaman onun zihinde kalıcılığını etkilemektedir (Engin ve diğerleri 2008). Aslında öğrenme sürecinde hedeflenen davranışların altında yatan temel dürtü yaşam boyu öğrenme alışkanlığının kazandırılarak bireye öğrenme etkinlikleri sırasında bağımsız davranışlar geliştirmeyi ve problem çözüme becerisini kazandırmayı sağlamaktır. Bunun için de bireye öğrenme sürecinde bağımsız öğrenme ve öğrenmeyi öğrenme gibi davranışların kazandırılması gerekmektedir (Genç 2015). Öğrenen hedef gruplara istenen bu davranış değişikliklerinin kazandırılmasında “bilgi işleme süreci” önemli rol oynamaktadır.

Bilgi işleme süreci; bilginin nasıl elde edildiği, depolandığı, kaydedildiği, hatırlandığı ve ifade edilme süreçlerinden oluşur. Bilgi işleme süreci, öğrenilen yeni bilgilerin önceden öğrenilenlerle ilişkisel bağını açıklamanın yanı sıra bireylerin çevreyi anlamada ve anlamlandırmada kullandıkları zihinsel süreçleri de kapsar. Süreçlerde ortaya çıkan dikkat, algı, kodlama, depolama, tekrar, geri çağırma ve hatırlama gibi bilişsel süreçler öğrenmede katalizör etki yapar (Yılmaz 2005). Bilgi işleme süreci, öğrenmenin oluşmasında zihinde yer alan üç temel öğrenin fonksiyonel çalışmasına bağlıdır. Bu fonksiyonlar Şekil 1’deki gibi *bilgi depoları*, *bilişsel süreçler* ve *yürütücü biliş* olarak modellenmiştir. Bu öğeler arasında yer alan bilgi depoları, bilginin saklandığı ve işlendiği yerlerdir. Dışsal çevreden algılanan uyarılar bilgi formuna dönüştürülür, işlenir ve daha sonra kullanılmak üzere örgütlü bir şekilde depolanır. Bilginin depolandığı üç ana bellek (bilginin depolanabilme ve yeniden kullanılabilme yeteneği) deposu vardır. Bu depolar duyuşsal bellek, kısa süreli bellek ve uzun süreli bellekten (Hergenhahn et al. 2000; Edeer, Dicle 2014) oluşur. Bellekler ve aralarındaki etkileşim bilginin nasıl kazanıldığı, işlendiği ve sonuçsal etkilerinin tartışılmasını kolaylaştırmaktadır. Sınıf ortamında öğrenenlerin belirtilen bu bellekleri ve bu belleklerde bilginin nasıl işlendiğini bilmeleri, bilginin daha kolay ve uzun süre kalıcılığını destekler niteliktedir.

Duyusal (anlık) bellek; geçici bir bellektir ve dışardan alınan uyarıları çok kısa bir süre depolayabilmektedir. Ancak alınan bilginin farkına varmakta ve bilgi yorumlanmaktan uzak kalmaktadır. Anlamli hale getirilmek istenen bilgi özellikle *dikkat* mekanizması ile kısa süreli belleğe aktarılmaktadır. Kısa süreli belleğe aktarılamayan uyarılar kaybolarak geri getirilememektedir. Bu bellekte öğrenen için anlamli olanlar anlık olarak hafızaya alınmaktadır. Duyusal bellekte bilgilerin geri çağırımı imkânsızdır. Kısa süreli bellek; çeşitli bilişsel süreçlerle seçilen bilgilerin kaydedildiği bellektir. Zaman ve saklayabildiği veriler bakımından sınırlıdır. Sınırlı bilgi alma kapasitesine sahip kısa süreli bellek çok kısa bir sürede (birkaç saniye) görsel ve işitsel bilgileri depolamaktadır. Bu bellekte bilgi tekrarlanarak veya anlamlandırılarak uzun süreli belleğe gönderilir. Bu süre içerisinde bilgi işlenerek uzun süreli belleğe gönderilmezse unutulmakta, bilgi kaybolmakta ve geri getirilememektedir. Bilginin öğrenilmiş kabul edilmesi için mutlaka uzun süreli bellekte depolanmış olması gerekmektedir (Huitt 2003; Senemoğlu 2005; Edeer, Dicle 2014). Uzun süreli bellek depolama özelliğine sahiptir. Bu özelliği sayesinde kitap, televizyon, öğrenme, iletişim benzeri her tür aktivite ve geçmişini hatırlama özelliğine sahiptir (Hergenhahn et al. 2000).

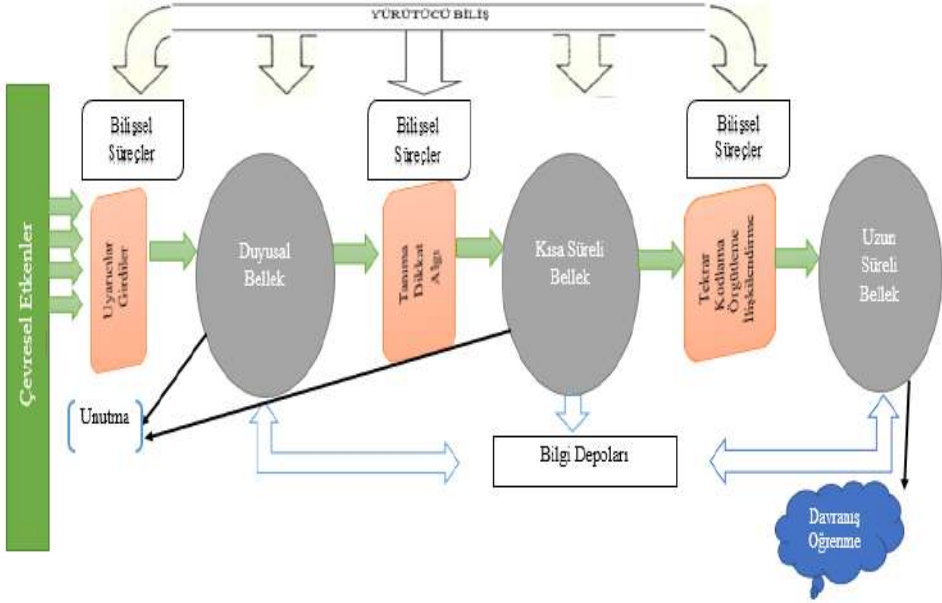
Uzun süreli belleğin kapasitesi sınırsızdır. Bu bellekteki bilgilerin hatırlanma süresi, bilginin depolanma sekline göre değişmektedir. İyi örgütlenmiş, uygun biçimde kodlanmış ve en uygun yere yerleştirilmiş bilgi daha çabuk hatırlanır ve davranışa dönüştürülür (Engin ve diğerleri 2008). Bu yönüyle uzun süreli belleğin bir kütüphaneye benzetildiği de olmuştur. Doğru bir kodlama sistemi oluşturulmuşsa bilgiye erişim bu doğrultuda kolay olmaktadır. Bilgi ne kadar çok örneklerle ve bağlantılarla ilişkilendirilmişse istenen zamanda ve yerde çağırımı daha kolay olmaktadır. Uzun süreli bellek, öğrenenin hayatı süresince elde ettiği bilgilerin bir fonksiyonu olarak da tanımlanır. Tekrar, detaylandırma, ilişkilendirme, otomatikleştirme ve kategorileştirme gibi bilişsel süreçler bilginin uzun süreli bellekte kalıcılığını artırır. Öğrenenin bilgiyi kendi sözcükleri ve anlatma tekniğiyle yeniden üretip sunması bilginin bu bellekte kalmasını kolaylaştırmaktadır. Bilgiyi uygulamaya dökme ve geribildirimlerin sağlanması bilginin kalıcılığını kolaylaştıran bir diğer yöntem olarak kabul edilmektedir (Hergenhahn et al. 2000).

Gündelik hayatta öğrenilen bilgilerin bellekte uzun süre kalıcılığını pekiştiren bir diğer yöntem aralıklı öğrenme yöntemidir. Sık öğrenme yöntemi yerine aralıklı öğrenme yönteminin benimsenmesi bilginin bellekte daha uzun süre kalıcılığını artırmaktadır (Hergenhahn et al. 2000). Fakat öğrenme süreçlerinde sık öğrenme yöntemi daha yaygındır. Örneğin lisans programında okuyan öğrenenlerin büyük çoğunluğunun genelde dönem içi ve dönem sonu

sınavlarına bir iki gün ya da bir hafta kala çalıştıkları bilinen bir gerçektir. Sık öğrenme yaklaşımı, öğrenme stratejilerinden özellikle yüzeysel öğrenme yaklaşımı (öğrenenlerin büyük çoğu bu yöntemi tercih eder) eğilimi gösteren öğrenenlerin sıklıkla başvurduğu bir yöntemdir. Oysaki Hergenbahn et al. (2000) öğrenenlerin öğrenmeye güdülenmeleriyle birlikte günü birlik öğrenme aktivitelerine odaklanmaları, derslere hazır bulunuşluk (bilişsel, sosyal ve öğretimsel hazır bulunuşluk) düzeylerinin yüksek olması, ilgi ve motivasyonel etki gibi pekiştiricilerle her gün belirli aralıklarla çalışmaları onların başarı güdülerini de etkilediğini belirtmişlerdir. İşte bu anlayışın öğrenenlere kazandırılmasında bilgi işleme sürecinin önemli rolü bulunmaktadır.

Bilgiyi öğrenme sürecinde öğrenmenin oluşmasına katkı sağlayan fonksiyonlardan bir diğeri bilişsel süreçlerdir. Bilişsel süreçler bilginin duysal bellek, kısa ve uzun süreli bellek arasında aktarılmasını sağlayan zihinsel etkinliklerdir. Bilgi depoları arasındaki bilgi akışını düzenleyen bilişsel süreçler; dikkat, algılama, tekrar, kodlama, gruplama, örgütleme ve geri getirme olarak sınıflandırılmaktadır (Senemoğlu 2005). Bu süreçler sayesinde ilişkili bilgiler arasında bağlantılar kurulmakta, kodlamalarla yeni şemalar oluşturulmakta ve bu bağlarla öğrenme ve geri çağırışım sağlanmaktadır (Edeer, Dicle 2014). Öğrenme sürecinde rol oynayan bir diğer önemli yapı ya da fonksiyon, yürütücü biliştir. Yürütücü biliş (bilişsel farkındalık), üst-biliş ya da meta-biliş olarak da bilinir ve genel olarak bireyin herhangi bir şeyi öğrenmeye, anlamaya ek olarak onu nasıl öğrendiğinin de farkında olması, nasıl öğrendiğini bilmesi süreçlerini kapsamaktadır (Öztürk, Kısaç 2007; Edeer, Dicle 2014). Öğrenenlerin bilişsel farkındalık düzeyleri, “öğrenmeyi öğrenme” felsefesini idrak etmeleriyle başlayan bir süreçtir. Öğrenme bir anlam yükleme çabası olarak ifade edildiğinde bilginin ve onu öğrenmenin niteliği bir anlam kazanmış olur (Brooks, Brooks 1993). Dolayısıyla öğrenme süreçlerinde bilginin nasıl öğrenebileceği, hangi bilimsel metotlarla bilgiye erişimlerinin kolaylaşacağı ve bilgi kazanımlarının olası pratik sonuçlarının idrak edilmesi öğrenenlerin bilişsel farkındalık düzeyini etkileyebileceği sonucunu çıkarmaktadır.

Sonuç olarak bilgi işleme yaklaşımının sınıf ortamında uygulanması önemlidir. Bu doğrultuda farklı fikir ve öneriler geliştirilmiştir. Öğrenenlerin dikkatlerinin önemli bilgilere odaklanmasının sağlanması, yeni-eski bilgi bağlantısının kurulması, ders araç-gereç ile materyal ve teknolojilerinin organize bir şekilde sunulması, bilgilerin tekrar ve özetlenmesi, ezber yerine anlamın vurgulanması gibi aksiyonlar sınıf ortamında bilgi işleme sürecinin etkinleştirilmesine katkı sağladığı (Yılmaz 2005) literatürde tartışılmıştır.



Şekil 1. Bilgi Öğrenme Süreci Modeli

Öğrenme Kuramları

Öğrenme kuramları; öğretimin tasarımı, eğitim ortamı ve insan kaynağını geliştirme alanlarına ilişkin araştırmalara yön vermektedir. Öğrenme sorunlarının çözümünde hangi teknoloji ve materyallerin kullanılacağı bu teknoloji ve materyalleri üretmede ve kullanmada hangi stratejilere dikkat edileceği gibi konularda öğrenme kuramları anahtar rol oynamaktadır (Aydın 2000). Öğrenme kuramları, bireyin öğrenmesini ve öğrenme durumlarını çeşitli açılardan incelemekte, öğrenmenin niçin ve nasıl oluştuğunu açıklamakta fakat öğrenmenin oluşup oluşmadığını ya da öğretim etkililiğinin sağlanmasında öğreticinin ne yapacağı yönünde ilkeler sunmamaktadır. Öğrenmenin nasıl oluştuğunu bilmek öğretimin nasıl yapılabileceği konusunda veriler sağladığından (Babadoğan 1997) öğrenme kuramları, öğretme-öğrenme tasarımına yönelik temel bir perspektif çizmektedir. Sınıf ortamında bu kuramların birinin ya da hepsinin bir kombinasyonu kapsamında eğitim etkinliği gerçekleştirilebilir. Kuramların her biri, kendi içinde öğrenme eyleminin nasıl ve hangi motivasyonla gerçekleştiği hakkında veri sağlamaktadır. Yaygın olarak kullanılan temel öğrenme kuramları aşağıda ayrıntılı biçimde ifade edilmiştir.

Davranışsal Öğrenme Kuramı

Davranışçı (behavioral) kuram, dışsal faktörlere karşı organizmanın gösterdiği tepkilerin birey davranışları üzerindeki etkisini konu alan bir öğrenme metodudur. Bu kuramda zihinsel süreçlerin davranış üzerindeki olası etkisi göz ardı edilmektedir. Kuram, eğitimin amaçlarını davranış yönünden tanımlamakta ve bu davranışları oluşturacak deneyimlerin neler olması gerektiğini belirlemektedir. Davranışçı yaklaşım kuramında öğrenme eylemi, yeni davranışın kazanılması olarak kabul edilmektedir. Kuram bireyin öğrenme süreci üzerinde odaklanarak öğrenmenin *koşullanma* yoluyla gerçekleşebileceğini savunmaktadır. Pavlov ve Skinner gibi düşünürler kurama önemli katkılar sağlamışlardır (Aydın 2000). Davranışçı kuram, öğrenmenin motivasyonları olarak ödül, ceza ve önceden belirlenmiş ölçülebilir çıktılara ağırlık vermektedir. Kuram, öğrenme faaliyetlerine oldukça objektif bir açıdan bakar ve genellikle duygu, tutum ve bilinç gibi ölçülemeyen durumlardan söz etmeyi reddeder (Bates, 2015).

Davranışçı kuramda öğrenmenin temel değişkeni olarak kabul edilen koşullanma eylemi klasik ve edimsel olmak üzere iki şekilde ele alınmıştır. Pavlov tarafından ortaya atılan klasik koşullanmada öğrenme, organizmada var olan bir davranış yeni bir uyarıcı ile ortaya çıkar (Aydın 2000). Klasik koşullanmada uyarıcı ya da motivasyon etkeni davranıştan önce gelir. Bu yaklaşımda sınıf yönetiminden sorumlu olan öğretene, öğrenende önceden var olan bir davranış yeni bir koşul ya da uyarıcının kontrolünde geliştirip yaygınlaşmasına odaklanmaktadır. Bu durum *yaygınlaşma* olarak tanımlanmaktadır. (Seven, Engin 2008). Örneğin dönem içi not değerlendirmesi Yüksek Öğretim Kurumlarında genelde %40 olarak kabul edilir. Hâlbuki bu değer %20 olarak tutulması ve %20'lik oranın da ödev niteliğinde bireysel ya da ekip olarak bir araştırmanın verilmesi öğrenenlerin araştırıcı yönünü ortaya çıkarabilir.

Skinner'in geliştirdiği edimsel koşullanma, öğrenmeyi bir gereksinimi karşılayabilmesi adına yeni bir davranış kazanma ya da davranışta bulunma olarak ifade edilmiştir (Aydın 2000). Öğrenenlere daha önce hiç yapmamış olduğu yeni davranışlar kazandırmayı amaçlayan bu eylem *edinme-kazanma* olarak tanımlanır (Seven, Engin 2008). Edimsel koşullanma yaklaşımında bireyin faaliyetleri, ortaya koyduğu hedefleri tarafından yönlendirilmektedir. Koşullanmada davranış, uyarıcıdan/motivasyondan önce gelir. Bireyin içsel öngörüsü göz ardı edilmektedir. Davranışlar kendi sonuçlarının bir fonksiyonu olarak kabul edilir. Diğer bir ifadeyle belirli davranışlardan sonra ortaya çıkan sonuçlar ilgili davranışın tekrarlanmasına ya da terk edilmesine neden olur.

Ödüle götüren davranışın tekrarlanacağı düşünülmektedir. Davranışları kontrol eden pekiştireçler ya da motivatörlerdir. Davranışların tekrarlanma olasılığını artıran her sonucun ödül, aksinin ise ceza olduğu bilinmektedir (Robbins, Judge 2013). Edimsel koşullanma kapsamında davranışçı yaklaşımın sağladığı gözlenebilir, ölçülebilir çıktılar, aktarılan bilginin küçük parçalar halinde sunulması ve öğrenenlerin gösterdiği başarıların ödüllendirilmesi gibi ilkeler öğretim kuramında önemli bir yere sahiptir (Aydın 2000). Davranışların gözlenebilirliği ve ölçülebilirliği kuramın temel bileşenleridir. Yaparak öğrenme, anlam yükleme, aktarılan bilgilerin aynen değil kendi süzgecinden geçirme, öğrenmede pekiştirme, etkin katılım, başarı, tekrar ve öğrenme sürecinde motivasyon davranış kazandırmada önemli faktörlerdir (<http://www.dmy.info>). Davranışsal kuramda öğrenmenin uyarıcı ile davranış arasında kurulan bağla geliştiği ve pekiştirme yoluyla davranışta sürekliliğin sağlanacağı vurgulanmaktadır. Doğru ve istenen çıktıların sağlanması için gerekli koşulların sağlanması beklenir (Gültekin, Karadağ 2007).

Davranışçı öğrenme kuramına göre düzenlenen bir öğretim programının temel öğretim ilkelerinin literatürde yaygın olarak aşağıdaki şekilde özetlendiği belirlenmiştir (Fidan, Erden 1998):

- Eğitimde yaparak öğrenme esastır.
- Öğrenmede pekiştirme (davranışın tekrarlanmasında verilen güdüler) önemli bir yer tutar.
- Tekrar önemlidir.
- Öğrenme istekliliği motivasyonel etkiyle süreklilik kazanır.
- Bireysel çalışma ön plandadır.
- Öğrenme daha çok soru-yanıt şeklinde olur.
- Bilgiler öğrenenlere aktarılır.
- Hedeflenen, olumlu davranış değişikliğini meydana getirmektir.
- Öğreten aktif, öğrenen pasif konumundadır.

Bilişsel Öğrenme Kuramı

Davranışsal kuramın bireysel farklılıkları anlamada yetersiz kalması öğrenmede rol oynayan ve doğrudan gözlenemeyen bilişsel/zihinsel süreçlere yönelmeyi zorunlu kılmıştır. Bilişsel (cognitive) öğrenme kuramında davranışlarda meydana gelen değişme aslında bireyin zihninde meydana gelen öğrenme ediniminin/kazanımlarının dışa yansımasıdır. Anlama, algılama, düşünme, duyuş ve yaratma kuramın üzerinde durduğu temel kavramlardır (<http://www.dmy.info>). Brooks ve Brooks (1993) bu öğrenme kuramında, *sonuçlara* odaklanan davranışsal öğrenme kuramının aksine *süreçlere*

odaklanıldığını belirtmiştir. Bilgi aktarma sürecinde bilginin aynen alınmadığı, öğrenen kendi yaşam kültürü, deneyim ve algıları doğrultusunda bu bilgiyi süzgeçten geçirerek anlamlandırmaktadır. Aynı zamanda konuya ve aktarılan bilgiye bütüncül bakış, kuramda yer alan diğer önemli unsurlardır.

Yeni enformasyonun işlenmesi sürecindeki kural, ilke veya ilişki arayışları ve yeni enformasyonun daha önceki bilgilerle bir araya getirilmesi sürecindeki anlam ve tutarlılık arayışları, bilişsel öğrenme psikolojinin anahtar kavramlarıdır. Bilişselcilik, ‘düşünme’ alanı üzerine odaklanır. Bilişsel öğrenme kuramında bilişsel (düşünme), duyuşsal (hissetme) ve psiko-motor (yapma) gibi üç önemli öğrenme çıktısı öne çıkar. Bilişsel öğrenme kuramı; kavrama, soyutlama, çözümleme, sentez, genelleme, değerlendirme, karar verme, problem çözme ve yaratıcı düşünme gibi öğrenme yaşantılarına odaklanmaktadır (Bates, 2015).

Kuramın öğrenme yönteminde özellikle “beyin temelli öğrenme” yaklaşımı etkindir. Beyin temelli öğrenme; öğrenme sürecinin karmaşık olduğu, sosyal etkileşim, grupla keşfetme, bireysel arayış ve derin düşünmenin hâkim olduğu bir yaklaşımdır. Beyin temelli öğrenmede beynin paralel işlemci olduğu varsayılır. Beynin paralel işlemci olması onun parça ve bütünü aynı anda algıladığı ve aralarında ilişki kurmaya eğilimli olduğunu gösterir. Öğrenmenin fizyolojik bir olgu olarak kabul edilmesi ve beynin elde ettiği verilere bir anlam yükleme kapasitesine sahip olması beyin temelli öğrenmenin diğer temel ilkeleridir. Bu öğrenme türünde duygu ve tutumlar öğrenmede önemli rol oynarlar. Öğrenme yaklaşımın temel varsayımlarından biri de, öğrenmenin zihni zorlayan etkinlikler ve motivasyonlarla arttığı, tehditlerle azaldığı çıkarsamasıdır (Polat 2014). Beyin temelli öğrenmenin bu temel varsayıma göre hedeflerin yüksek tutulması, öğrenenlerin daha fazla çalışmalarını ve araştırmalarını sağlayacak ödevlerin verilmesi onların öğrenme güdülerine olumlu katkı sağlayabileceğini gösterir. Not tehdidi ve belirli gruplara yönelik demoralize davranışların ise öğrenenlerin bilişsel öğrenme süreçlerini olumsuz etkileyebildiği düşünülmektedir (Palavan, Demir 2017). Beyin temelli yaklaşımda öğrenme sürecinde belirli kodlamalar, örgütlemeler ve örüntüler oluşmaktadır. Bu gibi olgu ve becerilerin olduğu *uzamsal bellek* ile genelde ezber öğrenmelerin yerleştiği *mekanik bellek* gibi iki tür hafıza, beyin temelli öğrenme yaklaşımında yer almaktadır. Beyin temelli öğrenme her beynin farklı olduğunu savunmaktadır. Nitekim bilim insanları, parmak izi gibi beynin de benzersiz olduğunu doğrulamışlardır (Polat 2014).

Bilişsel öğrenme kuramının özel öğrenme yöntemlerinden biri de “probleme dayalı öğrenme” yaklaşımıdır. Bu yaklaşım öğrenenlere sorumluluklar yüklenerek pasif öğrenme yaklaşımını reddetmektedir. Verilen her konu ve her

proje bir problem olarak algılanarak grup içinde etkin etkileşim ve işbirliği yoluyla problem çözülmeye çalışılmaktadır. Bilginin aktif, katılımcı ve paylaşımcı bir şekilde edinme süreci savunulmaktadır. Probleme dayalı öğrenme, öğrenenlerin problem çözme çabasıyla sorgulama, araştırma, tartışma ve değerlendirme becerilerin kazandırıldığı yöntemdir (Sevindik 2010). Bilişsel öğrenme kuramının bu özel öğrenme yönteminde sınıf ortamında her konu, ödev ya da programın bir sorun olarak kabul edilmesi öğreneni başarıya götürmektedir. Gündelik hayatta karşılaşılan sorunların hızla üstesinden gelinmesi için üstüne gidilmesi gibi sınıf ortamında da aynı anlayışın sistemsel olarak oturtulmasının hedeflenen başarıyı getireceği varsayılmaktadır. Bu anlayışın bilincinde olan öğrenenlerin verilen dersleri günü gününe takip etmeleri ve sınıf içinde/dışında ekstra rol davranışını pekiştirmeleri ile öğrenme eylemi daha zengin bir şekilde gerçekleşebilmektedir.

Literatürde bilişsel öğrenme kuramının temel öğretim ilkeleri aşağıda verildiği biçimde özetlenmiştir (Marshall 1992; Brooks, Brooks 1993; Newmann, 1994):

- Öğrenme dikkat süreciyle başlar.
- Yeni öğrenmeler öğrenene bir olayı ya da bir durumu açıklayabilme ve analiz edebilme gücü verecek şekilde tasarlanmalıdır.
- Öğrenme bir anlam yükleme çabasıdır.
- Öğrenme, uygulama şansı tanımalıdır.
- Bilgi içerikle etkileşim kurularak öğrenilir.
- Öğrenilen bilgi anlamlı ise kalıcıdır.
- Aktif katılım, sorgulama, problem çözme önemlidir.
- Fırsat eşitliği, öğrenilenlerin uygulanmasında önemli bir yer tutar.
- Öğreten otorite figürü değil rehber rolünde olmalıdır.
- Öğrenen etkin, öğrenen rehberdir.
- Eğitimin temel amacı öğrenenlerin daha yeterli, daha kapsamlı, daha güçlü ve daha doğru anlamlar üretebilmesi odaklı olmalıdır.
- Öğretim programının verimliliği öğrenenlerin entelektüel başarısına (bilgi üretme, bilimsel araştırma yöntemlerini kullanma, öğrenenlerin bir tez, rapor benzeri performansı ortaya koyması vb.) yapılan katkıya bağlıdır.

Yapılandırımcı Öğrenme Kuramı

Temel varsayımları öğretenin tek bilgi kaynağı olduğu, bilgi aktarım sürecinde öğretenin anahtar rol oynadığı ve öğrenenlerin de kendilerine aktarılan bu bilgileri sorgulamadan almalarına dayanan geleneksel öğrenme kuramının aksine yapılandırımcı (constructive) kuram, aktarılan bilginin

yapılandırılması sürecinden oluşmaktadır (Aydın ve diğerleri 2015). Bilginin doğruluğu, kaynağı ve niteliğinin sorgulanması kuramın anahtar unsurları olarak kabul edilir. Kuram, öğrenenlerin farklı altyapılara, geçmiş deneyim ve öğrenme özelliklerine sahip olduğunu vurgulamaktadır. Bu özellikler öğrenenlerin yeni bir kavramı nasıl anlamlandıracağını da göstermektedir. Bu bağlamda yapılandırmacı kuram, öğrenmede neden ve sonuçlardan çok *anlam* ve *sürece* odaklanmakta; ezberlemeye değil öğrenenin bilgiyi transfer etmesine, var olan bilgiyi yeniden yorumlamasına ve yeni bilginin üretimine dayanmaktadır. Ortamın temel ögesi öğrenendir. İçerik ile etkileşimde bulunarak bütünün parçaları yorumlanır ve anlamlı bilgiler üretilir. Öğrenenin derinlemesine araştırarak sorgulanmasına dayanan bir kuramdır. Öğrenenin ne öğreneceğinden çok, neden ve nasıl öğreneceği önemlidir. Yapılandırmacı öğrenme kuramında yapılan değerlendirmeler öğretim sürecinin sadece sonucuna değil sürecin tamamına yönelik gerçekleştirilmektedir (Chang 2005). Öğrenenin kendi düşüncesinin en önemli aktörü olması, düşünme konusunda kendini eğitebilir ve becerilerini geliştirebilir olması kuramın kabul edilmiş görüşüdür (Güneş 2012).

Yapılandırmacı öğrenme kuramında önceki deneyimler yeni deneyimleri anlamlandırma ve temellendirme sürecinde önemlidir. Dolayısıyla eski-yeni deneyimlerin birleştirilmesi ve ilişkilendirilmesi kuramın vurguladığı önemli noktalar. Yapılandırmacı öğrenme ortamında öğrenenlerin deneyimleri sosyal içeriklerinden ayrı düşünülmemektedir. Bu nedenle yapılandırmacı kuramda öğrenenlerin öğrenenlerden gelen farklı düşünce, bilgi ve yaşantılara açık oldukları kabul edilir. Dolayısıyla da öğrenenlerden aynı beceri merkezli öğrenme çıktıları beklenilmesi doğru değildir (Duru 2014). Bu yönüyle kuram, özgür iradenin ve sosyal etkilerin öğrenme üzerindeki etkisini vurgular. Bu bakımdan öğrenmenin sosyal bağlamı önemlidir. Yapılandırmacılar, bilginin çoğunlukla sosyal süreçler içerisinde edinildiğine inanırlar. Bu sosyal süreçler, öğrencilerin yüzeysel öğrenme aşamasından derin anlama aşamasına geçmeleri için gereklidir. Öğrenme etkinliği sürekli ve dinamik bir süreçtir (Bates, 2015).

Yapılandırmacı kuramın özel öğrenme yaklaşımlarından “proje tabanlı öğrenme” yöntemi öne çıkmaktadır. Öğretme-öğrenme sürecinde disiplinler arası ve disiplinler üstü bir proje üzerinde çalışılır. Bu yöntemde bilimsel öğrenme tekniklerine gereksinim duyulmaktadır. Dolayısıyla öğrenenlere bilgi aktarımından çok yaparak-yaşayarak öğrenme olanağı sağlanarak onların bilgiye erişme becerileri geliştirilir. Yöntem öğrenenlere uygulama, analiz ve sentez yapma hedeflerini gerçekleştirme olanağını sağlar. Bağımsız ve eleştirel düşünmenin yanı sıra grup çalışmasına önem verilmesi, yöntemin temel karakteristiği olduğu belirtilmektedir (Bayraktar 2015). Gelişmiş teknoloji

sayesinde sınıf içi etkinliklerin sınıf dışına taşınması ve geleneksel yapıda sınıf dışında yapılması beklenen ödev ve etkinliklerin de sınıf içerisine getirilmesi olarak tanımlanan ters-yüz edilmiş ‘flipped classrooms’ sınıf modelleri (Karadeniz, 2015) ve öğrenenlerin motivasyonunu artırarak öğrenme sürecini teşvik eden oyunlaştırma (gamification) benzeri dijital uygulamalar (Xu, 2012) öğrenenlerin kendi kapasitelerinde öğrenme davranışlarını gösterebileceğini belirten önemli yapılandırmacı kuram varsayımlarındandır. Çevrimiçi öğrenme ortamları, açık eğitsel kaynaklar, kişisel öğrenme ortamları gibi açık ders malzemelerinin (Mutlu, 2014) kullanımı öğrenenlerin anlama, odaklanma ve yaratma başarılarına katkı sağlayan önemli yapılandırma varsayımlarıdır.

Yapılandırmacı kuramda düşünme becerisi önemlidir. Kuramda düşünme becerisi; öğrenme, iletişim kurma, etkileşimde bulunma ve dış dünyayla bütünleşmenin önemli bir aracı olarak kabul edilir. Düşünme becerileri okulda öğretilen ve sonra da unutulana değil, öğrenenlerin düşüncesini kolaylaştıran, farklı görüşleri tartıştıran, düşünce süreçlerini harekete geçirici uygulamalarla desteklenerek yaşam boyu kullanılmasını sağlayan becerilerdir. Düşünme becerilerinin gelişmesinde düşünme türleri önemli bir yer tutar. Düşünme, zihinde uygulanan işlem ve süreçlere göre çeşitli türlere ayrılmaktadır. Eğitim-öğretim programlarında yaygın olarak kullanılan düşünme türleri literatürde aşağıda belirtildiği gibi verilmektedir. Bu düşünme türleri öğrenme fonksiyonunu zenginleştiren düşünsel etkinliklerdir. Öğrenenlerin sınıf ortamında metinleri yorumlamaları, verilen uygulamaları belirtilen bu düşünme tekniklerini kullanarak ifade etmeleri kalıcı öğrenme eylemlerine katkıda bulunacaktır. Bu düşünme türleri aynı zamanda öğretim yöntemleri olarak da tartışılmaktadır (Güneş 2012):

Tümdengelim (Deduction) Düşünme: Bütünden parçaya doğru giden ve zihnin genel yargılardan özel sonuçlar çıkarma işlemlerini kapsayan bir düşündür. Sonuç çıkarma yöntemi olarak da bilinir. Öğrenenlere bir konunun verilmesi ve bu konuyu kendi ifadeleriyle özetlemeleri, öğrenenlerin okuduğunu anlamaları ve anlamlandırmaları tümdengelim yönteminin işlerliğini artırır.

Tümevarım (Induction) Düşünme: Parçadan bütüne doğru giden zihinsel işlemleri içermektedir. Zihnin tek tek olgularla ilgili yargılardan hareket ederek genel sonuçlara ulaşma işlemleridir. Bir veri elde etme yöntemidir. Bir araştırmanın nasıl yapılacağı ve araştırmaya ilişkin veri elde etme yöntemleri ile tek tek olgulardan bir sentez üretebilmesi bir öğrenenin tümevarımsal yöntemi etkin kullandığını göstermektedir.

Analojik Düşünme: İki alan arasındaki benzerliklerden hareketle ilişkiler kurulmaktadır. Bir olguyu bir başka olguya benzeterek aralarında çağrışım kurmaktır. Analojik düşümede zihin özelden özele sonuç çıkarmaktadır.

Bilinen bir kavramdan hareketle bilinmeyen öğrenilmeye çalışılır. Bilinen kaynak, bilinmeyen ise hedef olarak tanımlanmaktadır. Örneğin beynin kıvrımlarının ceviz içine benzetilerek daha anlamlı öğrenmeler elde edilebilmektedir. Bir yönetim hiyerarşisinde iletişim kanallarının vücuttaki damarlar ve bu damarlarda gezinen kana benzetilerek öneminin vurgulanması verilebilecek başka bir örnektir.

Analitik Düşünme: Çözümlemeye dayalı bir düşünme biçimidir. Somut olayları küçük parçalara ayırır ve parçaların özelliklerinden hareketle bilgiler toplar. Mantıksal, işlevsel gibi bağlantılarla bütüne varmaya çalışır. Bilgi ve olaylar arasında temel ve karmaşık ilişkileri, bağlantıları kurmaya dayalı bir düşünme türüdür. Daha somut, daha gerçekçi bir yaklaşımdır.

Sistemli Düşünme: Bilinçli düşünmek anlamına gelir ve çeşitli değişkenler ile bu değişkenlerin bileşenleri arasındaki ilişkileri anlamaya dayalı bir tekniktir. Çeşitli olayları ve olguları anlamada geçmiş ve gelecek arasında bağlantı kurarak hem yapısal hem de konjonktürel olarak düşünmeyi içerir.

Yaratıcı Düşünme: Yaratıcı, buluşçu ve inovatif düşünme yöntemidir. Mevcut problemlere yeni ve farklı perspektif geliştirme, yeni fikirler ve olasılıklar üretme, sorunlara çoklu çözüm yolu geliştirme bu düşünce yapısının temel özelliklerindendir.

Eleştirel Düşünme: İnceleme ve değerlendirme sanatı olarak tanımlanmaktadır. Bilgileri değerlendiren bir düşünme biçimidir. Akıl yürütme, analiz ve değerlendirme gibi zihinsel süreçlerden oluşan bir düşünme biçimidir. Eleştirel düşünme bireyin kendini yönetme, kendini disipline etme, kendini kontrol etme, kendini düzeltme işlemlerini kapsar.

Yansıtıcı Düşünme: Eğitim-öğretim ortamında öğrenilenlerin yaşama yansıtılmasının öğrenilmesi sürecidir. Geçmiş deneyimleri yeni durumlara uygulama, çeşitli hipotezler oluşturma, bunlar üzerinde çalışma ve test etme, tümevarım yoluyla veri toplama ve tümdengelim yoluyla sonuçlara ulaşmayı içeren bir düşünme türüdür. Bireye sorunlara çözüm üretme ve sağlıklı kararlar verme sürecinde yardımcı olur. Etkin, tutarlı ve dikkatli düşünme biçimidir.

Üst Düzey Düşünme: Meta-bilişsel veya biliş-üstü düşünme olarak da tanımlanmaktadır. Bireyin kendi düşünme süreçlerinin farkında olması, bunları izlemesi, düşünme süreçlerini kontrol etmesi ve iyileştirmesini içeren düşünme türüdür. “Öğrenmeyi öğrenme” bu düşünme biçiminde yaygın olarak vurgulanır. Daha nitelikli bir öğrenme için bireyin kendi zihinsel süreçlerinin farkında olması ve bu süreçleri yeniden düzenleyerek etkili bir biçimde kullanmayı içerir.

Kuramın öğretim ilkeleri literatürde genel olarak aşağıda verildiği şekilde özetlenmiştir (Brooks, Brooks 1999; Aydın ve diğerleri 2015):

- Öğretenin rolü öğrenmeyi kolaylaştırmayı sağlamaktır.
- Eski bilgi yeni bilgilerle pekiştirilir.
- Öğrenmede güncellik ve yaşamla ilgili olma önemlidir.
- Öğrenmede çok boyutlu ve dinamik bir etkileşim önemlidir.
- Öğrenci merkezli bir eğitim-öğretim modeli tasarımı söz konusudur.
- Öğrencilerin sorunlarıyla ilgilenmek önemlidir.
- Öğreten, öğrenenin bilgiye ulaşmalarına yardımcı olur.
- Öğrencilerin zihinleri boş olarak algılanmaz, aksine bir şeyler bildikleri, dış çevreyi anlamlandırabileceği varsayılır.
- Öğrenene özerklik verilir, öğretenden öğretmekten çok kolaylaştırma eğilimindedir.
- Bilgi doğrudan aktarılmaz, etkileşim ortamı kurularak öğrenme gerçekleştirilir.
- Ölçme ve değerlendirme, test ve sınavlar yerine daha çok öğretim süreciyle eşgüdümlüdür ve gözlemler, ilişkiler ve etkileşimler yoluyla gerçekleşir.
- Öğrenmenin çevresel, sosyal ve kültürel gibi bağlamsal faktörlerden etkilenebileceğini vurgular.
- Aktif öğrenme ile eleştirel düşünme ve problem çözme gibi üst düzey bilişsel becerilerin gelişimine katkıda bulunulur.
- Öğretenin rehber ve danışman rolü yüksektir.

Bu kuramlarda genel olarak bilgi ve öğretim, öğretenden öğrenene transfer edilmektedir. Eğitim-öğretim süreci öğretim odaklıdır ve öğretimin kalitesi artırılmaya çalışılmaktadır. Yapılandırmacı kuramda ise öğrenmenin kalitesi artırılmaya çalışılmaktadır. Süreç öğrenmeyi sağlamaya yöneliktir. Güçlü öğrenme ortamı sağlanarak öğrenenler bilgiyi keşfetmeye ve ona ulaşmaya zorlanır. Genelde öğrenenlerin istek ve beklentilerine yanıt veren öğretenden profili, öğrenme sürecinde aktif rol oynar. Kuramda öğrenen ya da kazanım merkezli bir yaklaşım içselleştirilmektedir (Hamzadayı 2010).

Öğretme Stratejileri

Öğretme stratejileri, önceden belirlenen amaç ve hedeflere ulaşmak için izlenecek yol ve yöntemleri içermektedir (Demir, Özden 2013). Öğretme stratejileri; dersin hedeflerine ulaşmayı amaçlayan, öğretim sürecine genel anlamda yön veren etkinlikler bütünü olarak tanımlanmaktadır. Öğretim sürecinde stratejiler yöntem ve tekniklere göre daha genel perspektiften bakmayı gerektirir (Arı 2013). Öğrenenlerin akademik başarı düzeyi, tutumları, motivasyonu ve benlik algıları gibi değişkenler öğretme stratejilerini

etkilemektedir (Özkal, Çetingöz, 2006). Aktif öğrenmenin gerçekleştiği öğretim stratejilerinde, öğrenenlerin öğrenme sürecinin sorumluluğunu taşıdığı, karar alma sürecine daha aktif katıldığı, öğrenene süreci kontrol etme fırsatını tanıdığı ve karmaşık öğretimsel faaliyetlerde öğrenenin öğrenme sürecinde bilişsel yeteneklerini kullanabildiği çeşitli çalışmalar tarafından tespit edilmiştir. Öğretimde beklenen hedef, öğrenenlerin özellikleri, öğretmenin yetenek ve yeterlilikleri, öğretim-öğrenme ortamı ve süresi gibi birtakım faktörler, seçilecek olan öğretim stratejilerini etkiler (Uysal 2006). Kısacası öğretim stratejileri sınıf ortamında bilgi transferi kapsamında öğrenen bakış açısını ve yöntemini ortaya koyar. Literatürde kabul edilmiş öğretim stratejileri aşağıda ayrıntılı açıklanmıştır.

Sunuş Yoluyla Öğretim Stratejisi

Sunuş yoluyla öğretim stratejisinde öğrenen, yapılandırılmış olan objektif bilgiyi öğrenenlere organize ve düzenli bir şekilde örneklendirerek aktarır. Sunuş yoluyla öğretim öğrenenlerin derse hazır hale getirildiği giriş aşaması; yeni bilgilerin öğrenenlere aktarıldığı gelişme aşaması, öğrenilen bilgilerin kalıcılığının ve transferinin sağlandığı kapanış aşaması olarak üç aşamada gerçekleştirilmektedir. Sunuş yoluyla öğretim öğrenenlere temel bilgilerin kazandırılmasında etkili bir öğretim stratejisi olarak üst düzey zihinsel davranışların kazandırılmasında etkili olmadığı söylenebilir. Arslan (2016) bu stratejide eleştirel düşünme, yaratıcı düşünme, üst düzey bilişsel düşünme vb. becerilerin kazandırılmasında etkili olmadığını öğrenenin bilgiye hazır olarak eriştiğini belirtmiştir. Kaya ve Erdik (2014), sunuş yoluyla öğretim stratejisinin kalabalık gruplara uygun bir yöntem olduğunu ve ezber öğrenmelere yol açtığını, bilginin örgütlenmiş şekilde sunulduğunu belirtmiştir.

Sunuş yoluyla öğretim stratejisinin kısa zamanda organize edilen bilgiler sunulmak isteniyorsa, kullanılacak en iyi metot olduğu belirtilmektedir. Sınıf ortamında başlangıç sunuşunu öğrenen yapar arkasından öğrenenler fikirlerini, tepkilerini açıklarlar. Konuyla ilgili önce genel ve temel bilgiler aktarılır daha sonra ayrıntılı bilgi aktarımı süreci gerçekleştirilir. Dolayısıyla strateji, öğrenen merkezlidir. Bu stratejide örnekler, görseller gibi materyaller önemli yer tutar. Genel kavramlardan yola çıkılarak özel ve ayrıntılara odaklanılır. Bu nedenle tümdengelim yöntemi benimsenir (Uysal 2006). Bilgiler aşamalılık ilkesine göre (yakından uzağa, bilinenden bilinmeyene, somuttan soyuta, genelden özele, basitten karmaşığa doğru vb.) çok dikkatli düzenlenir ve öğrenen tarafından alınması kolay hale getirilmektedir (Sevindik 2010). Bu stratejide öğretim süreci adım adım ilerler. Daha kolay ve ekonomik bir modeldir. Yüksek düzeyde bilişsel öğrenmenin gerçekleşmediği, öğrenenlerin bireysel

farklılıklarının gözlenemediği ve kalıp bilgilerin ezberlendiği geleneksel bir yöntemdir (Uysal 2006). Bu stratejide bilgi, daha çok öğreten tarafından şekillendirildiği için yükseköğretim kurumlarında sıklıkla başvurulan bir yöntem olduğu söylenebilir.

Buluş Yoluyla Öğretme Stratejisi

Buluş yoluyla öğretme stratejisi, öğrenen merkezli eğitim-öğretim süreçlerini kapsamaktadır. Düşünerek öğrenme, keşfederek öğrenme, analiz ve değerlendirme bu stratejide sıklıkla vurgulanan öğrenme yaklaşımlarıdır. Buluş yoluyla öğretmede Bruner'e göre öğreten, öğrenenlere kavramları, ilkeleri kendisi vermek yerine, öğrenenleri deney yapmaya, ilkeleri, kavramları bulmaya teşvik etmelidir. Amaç öğrenenlerin öz yeterliliğe sahip, bağımsız olarak öğrenebilen bireyler olmasını sağlamaktır. Bruner'e göre bunun en uygun yolu öğrenenlere cevapları vermek yerine, onları problemleri kendi kendilerine ya da küçük gruplarla çözmeye, cevabı bulmaya teşvik etmek gerekir (Ocak 2005). Sınıf ortamında sunulan teori, örnek ve model benzeri örneklerden yola çıkarak öğrenen, bilgiye kendisi ulaşmaya çalışmaktadır. Sunuş yoluyla öğretmenin aksine öğreten bilgiyi aktaran değil öğrenenlerin bilgiye ulaşmalarında rehberlik eden/yönlendiren kişi konumundadır. Bu yaklaşımda öğrenen bilginin pasif alıcısı değil bilgiyi etkin bir şekilde keşfeden konumundadır. Dolayısıyla öğrenen aktif katılımcıdır. Merak, başarılı olma duygusu bu yaklaşımda anahtar unsurlardır. Etkileşimsel öğrenmenin olduğu öğretim stratejisidir. Sunuş yoluyla öğretimin tersine buluş yoluyla öğretimde düşünme yolu tümevarımsaldır. Öğrenenler tek tek örneklerden (parça) hareketle tanıma (bütün) ulaşmaya çalışırlar (Arslan 2016).

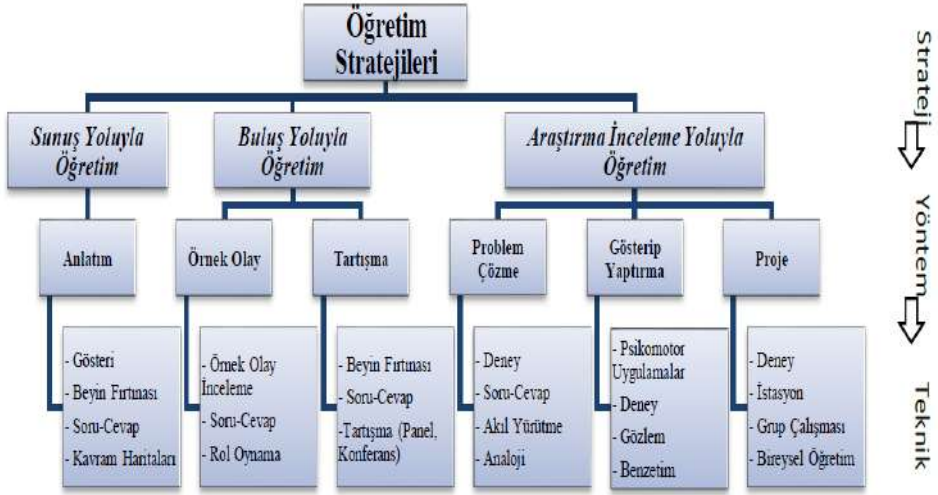
Buluş yoluyla öğretme stratejisinde bireysel farklılıklar ön plandadır. Öğrenme isteği içsel motivasyonlarla gerçekleşir. Bilgi örgütlenmiş şekilde sunulur (Kaya, Erdik 2014). Bu stratejide öğrenenler kendi öğrenme etkinlikleri gerçekleştirirler. Öğrenenlerin kendi etkinliklerine ve gözlemlerine dayalı olarak yargıya varmasını teşvik edici bir öğretim yaklaşımıdır (Sevindik 2010). Buluş yoluyla öğretme stratejisi, öğrenen etkinliğine dayalı güdüleyici bir yaklaşımdır. Strateji öğrenenlerin sezgilerini, hayal güçlerini ve yaratıcılıklarını kullanmalarına fırsat tanıyarak bilginin daha kalıcı ve anlamlı olmasına yardım ederek onların problem çözme becerilerinin gelişmesine katkıda bulunur. Öğreten rehberlik ederek bilgiye ve sonuca öğrenenin ulaşmasını sağlar. Fakat bu stratejinin birtakım sınırlılıkları da söz konusudur. Öğrenmenin çok zaman alması, ilkelerinin tam ve doğru uygulanmasının zor olması ve çok sayıda araç-gereç gerektirmesi ile maliyetleri artırıcı eğilimi vardır (Şahin 2015).

Araştırma-Inceleme Yoluyla Öğretme Stratejisi

Yapılandırmacı öğrenme kuramını temel alan bir öğretim stratejisidir. Stratejide amaç, öğrenenlere bilgi yüklemek değil, var olan bilgilerini kullanarak karşılaşmış oldukları problemleri çözmelerini sağlayacak eleştirel ve yansıtıcı düşünme pratiklerini kazandırmaktır. Bilgilendirmekten çok buldurmaya yönelik bir metottur. Araştırma-inceleme stratejisi sınıf içerisinde başlayıp sınıfın dışında da devam eden bir süreçtir. Öğrenenlerin bireysel veya küçük gruplar halinde probleme çözüm üretmeleri için bazen sınıf dışında da gözlemler, deneyler, görüşmeler, anketler, testler vs. yapmaları gerekebilir (Arslan 2016). Öğrenenlerin merak ve ilgileri dikkate alınarak bu doğrultuda konu ya da problem belirlenir, birey ya da grup halinde bilimsel süreç geliştirilir. Stratejide öğrenende üst düzey bilişsel süreçler/yürütücü biliş (meta-biliş) geliştirilir. Disiplinler arası ya da disiplinler üstü geçiş bu stratejide yaygındır. Etkin katılım düzeyi yüksek, yaparak-yaşayarak öğrenme söz konusudur. Öğretim yönteminde tümevarım-tümdengelim yöntemleri birlikte kullanılır. Öğrenen kontrolü ve süreç değerlendirmesi zordur. Öğrenme kazanımı, araştırma ve inceleme sonucu gelişir. Öğrenenlere neden-sonuç ilişkisini kavrama becerisi kazandırılır (Sevindik 2010).

Araştırma-inceleme yoluyla öğretim stratejisinde konunun anlaşılmasında ya da problemin giderilmesinde bilimsel araştırma yöntemi süreci izlenmektedir. Araştırma; problemin tanımlanması, hipotezlerin kurulması, verilerin toplanması, analiz, hipotezlerin test edilmesi ve değerlendirme süreçlerinden oluşmaktadır (Senemoğlu 2011; Kaya, Erdik 2014). Stratejide problem çözme yoluyla araştırma etkinlikleri öğrenilmektedir. Öğrenen bir bütün olarak etkindir. Öğrenen tüm bilgilere kendi ulaşır, öğreten rehber ya da edilegendir. Bu şekilde yetişen öğrenenler, gelecekte karşılaşacakları problemleri de bilimsel düşünce ve metotlarla çözmeyi öğrenmiş olacaktır (Sevindik 2010).

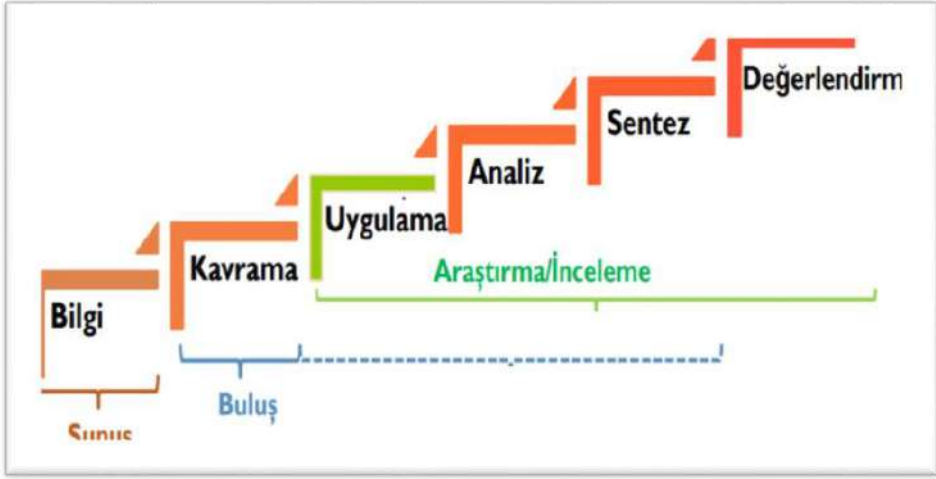
Öğretim stratejileri ve bu stratejilerde kullanılan yöntem ve tekniklerin özeti Şekil 2’de verilmiştir (Arı 2013; Koçak ve diğerleri 2016). Şekilde sunuş yoluyla öğretim stratejisinde anlatım yöntemi; gösterip yapma, soru-cevap ile kavram haritaları gibi tekniklerin sıklıkla kullanıldığı görülmektedir. Örnek olay ve tartışma yöntemlerinin buluş yoluyla öğretim stratejisinde kullanımı daha yüksektir. Analoji, akıl yürütme, deney ve beyin fırtınası sık kullanılan tekniklerdir. Proje ve gösteri yapma gibi üst bilişsel düşüncelerle ilişkilendirilebilecek yöntemlerin araştırma-inceleme yoluyla öğretim stratejisinde kullanımı daha yaygındır. Bireysel öğretim, istasyon tekniği ve devinimsel (motor) becerilerin kazandırılmasına katkı sağlayan öğretim teknikleri bu strateji türünde daha yaygın kullanılmaktadır.



Şekil 2. Öğretim Stratejileri ve Bu Stratejilerde Kullanılan Öğrenme Yöntem ve Teknikleri

Kaynak: (Arı 2013; Koçak ve diğerleri 2016)

Sunuş yoluyla öğretme stratejisinde daha çok bilginin örgütlü bir şekilde aktarılması amaçlanırken, buluş yoluyla öğretme stratejisinde aktarılan bilginin öğrenenler tarafından kavranması hedeflenmektedir. Sadece bilginin kavranması değil aynı zamanda bu bilginin uygulanması ve analiz edilmesi süreçlerini de kapsamaktadır. Daha üst bir öğretme stratejisi olan araştırma-inceleme yoluyla öğretme stratejisinde ise analiz edilen bilginin sentezlenmesi, yeni bir yaratımın elde edilmesi ve sonuç olarak veriler sonucunda elde edilen bilgilerin değerlendirmesi pratiklerinin kazandırılması hedeflenir. Burada önemli olan üst düzey bilişsel becerilerin kazandırılmasıdır (Şekil 3). Bu açıdan düşünüldüğünde eğitim-öğretim süreçlerinde sunuş yoluyla öğretme stratejisinin kapsamının daraltılması buluş ve araştırma-inceleme yoluyla öğretme stratejilerinin genişletilmesine dayalı bir öğretim programının tasarlanmasına ihtiyaç vardır. Özellikle araştırma-inceleme yoluyla öğretme stratejisinde öğrenenler kendi öz-yaratımlarına odaklanarak kendini gerçekleştirme fırsatını yakalayabilirler.



Şekil 3. Öğretme Stratejilerinin Karşılaştırılması

Kaynak:

(file:///C:/Users/Sagl%C4%B1k%20Bilimleri/Downloads/Program+geli.pdf)

Öğretim Yöntem ve Teknikleri

Öğretim yöntem ve teknikleri “hangi araçlarla ve nasıl öğretilim?” sorusuna yanıt veren uygun yöntem ve tekniklerin seçilmesidir. Öğretim yöntem ve teknikleri; öğretme-öğrenme sürecinin planlanmasında ve bu planın uygulanmasında izlenen rehberlerdir (Bozpolat ve diğerleri 2016). Öğretim yöntemleri; öğrenenlerin belirlenen öğrenme hedeflerine ulaşmalarını sağlamak için izlenen düzenli yol olarak tanımlanmaktadır. Öğretim yöntemleri öğrenen-öğrenen, ders içerik ve materyalleri arasındaki etkileşimi belirtirler. Teknik ise; bir öğretme yöntemini uygulamaya koyma biçimi ya da sınıf içinde yapılan işlem ve faaliyetlerin bütünü olarak ifade edilmektedir. Öğretimde daha özel ve belirgin bir hedefin gerçekleştirilmesi için seçilen yollardır (Arı 2013; Koçak ve diğerleri 2016). Örneğin ders esnasında anlatım, tartışma, örnek olay ve problem çözme birer yöntem iken; soru-cevap, rol yapma, beyin fırtınası, analogi ve gözlem birer teknik olarak kabul edilir.

Öğretim yöntem ve tekniklerinin kullanımında öğrencilerin gereksinimlerinin dikkate alınması, kalıcı bir öğrenmenin sağlanması açısından önemlidir. Yöntem ve tekniklerin öğrenenlerin gerçek yaşam durumları ile ilişkilendirilmesi ve öğrenenlerin aktif katılımının sağlanması öğrenme çıktılarının niteliğini artırmaktadır (Kayabaş 2012). Öğretenlerden farklı öğretim yöntem ve tekniklerini kullanmaları beklenmekte ancak daha çok öğrenenlerin merkezde olduğu, ilgili dersi ve öğrenenlerin yönlendirildiği, değerlendirmelerin öğrenenler tarafından yapıldığı ve özellikle öğrenenlerin

bilginin pasif alıcısı durumunda olduğu yöntem, teknik ve stratejileri kullanma eğiliminde olduğu görülmektedir (Covill 2011). Araştırmalar, öğretene dinlerken ve okurken, zamanla öğrenenlerin dikkati dağılarak, sıkılmaya başladıklarını göstermektedir. Dolayısıyla sınıf içerisinde öğretme-öğrenme sürecinin etkili olabilmesi uygun öğretim yöntem ve tekniklerinin seçimiyle doğru orantılı olmaktadır (Aksu, Doğan 2015). Öğretenin yöntem ve tekniğe olan yatkınlığı ile öğretim sonucunda öğrenende geliştirilmek istenen nitelikler, yöntem ve tekniğin kullanılması için gerekli zaman, maliyet ve fiziksel olanaklar, öğrenen grubunun büyüklüğü, konunun içeriği ve özelliği, öğrenen özellikleri gibi faktörler öğretene yöntem ve teknik seçimini etkileyen faktörlerin başında gelmektedir (Aksu, Doğan 2015).

Yapılan bir nitel çalışmada sınıf ortamında yaygın olarak kullanılan öğretim yöntem ve teknikleri anlatım, soru-cevap, problem çözme ve tartışma olarak belirlenmiştir. Çalışmada yaygın olarak kullanılan söz konusu öğretim yöntem ve tekniklerinin tercih edilme nedenleri ve oluşturdukları sonuçlar tanımlanmıştır. Yöntemleri uygulamanın kolay öğrenme sağlaması, imkânların yetersiz olması, sınıf büyüklüğü, teorik bilgi vermede etkili olmaları, ezber eğitime neden olmaları ile öğretene merkezli olmaları yaygın olarak tercih edilen yöntem ve teknikler olarak sıralanmıştır (Bozpolat ve diğerleri 2016). Araştırmada eğitim-öğretim uygulamalarında yöntem ve tekniklerle ilgili öğretmenlerin sahip olması istenen öğretici yeterlilikleri aşağıdaki şekilde belirtilmiştir (İlter 2014):

- Öğretene yönteme ilişkin bilgisi,
- Yöntemi uygulamaya koyma becerisi,
- Teknolojik bilgiye sahip olma ve kullanma,
- İlgi ve ihtiyaçlara farkındalık

Literatürde sıklıkla kullanılan öğretme-öğrenme yöntem ve teknikleri Tablo 1'de belirtilmiştir. Yöntem ve tekniklerin temel özellikleri, yarar ve sınırlılıklar tablo üzerinde ayrıntılı değinilmiştir (Sevindik 2010; <http://oguzcetin.gen.tr>; <https://kaanonaran.files.wordpress.com>).

Tablo 1. Sıklıkla Kullanılan Öğretim Yöntem ve Teknikleri ile Yarar ve Sınırlılıkları

Öğretim Yöntemi ve Teknikleri	Yöntemin Özellikleri, Yarar ve Sınırlılıkları
<i>Anlatım Yöntemi</i>	İşiterek öğrenme yaklaşımı olarak öğreten etkindir. Ekonomiktir. Dinleme ve not alma becerisini kazandırır. Öğrenci pasiftir. Ezbere dayalıdır.
<i>Tartışma Yöntemi</i>	Öğreten-öğrenen etkileşimi vardır. Çift yönlü aktiflik söz konusudur. Analiz, sentez ve değerlendirme gücü kazandırır. Zaman alıcıdır. Önbilgiye sahip olmayı gerektirir. Somut deneyimler kazandırmada etkin değildir.
<i>Problem Dayalı Öğrenme Yöntemi</i>	Bilimsel araştırma yöntemini temele alır. Öğreten problem çözme sürecinde öğrenenlerle birlikte araştırır ve öğrenir. Yapararak-yaşayarak öğrenme gerçekleşir. Gerekli materyal ve kaynaklara ulaşım zordur. Uzun zaman gerektirir. Sürecin değerlendirilmesi zordur.
<i>Örnek Olay Yöntemi</i>	Olaylar metin, görsel ya da sözel olarak aktarılır. Alternatif çözümler üretilir. Öğrenenlerin üst düzey becerilerinin (eleştirel düşünme, problem çözme, karar verme) gelişmesine katkı sağlar. Temel bilgilere gereksinim duyulur. Kalabalık gruplarda zordur.
<i>Sokrates (Buldurma) Yöntemi</i>	Sokrates'e göre "Tüm bilgiler doğuştan insan zihninde vardır. Öğretmenin görevi ise bu bilgileri hatırlamasını sağlamaktır". Buna göre öğrenenin ne bildiğini ortaya çıkarmak ve ona doğruları buldurmaya yönelik sorular sorulur. Kalabalık sınıflarda uygulanması zordur. Üst düzey anlama ve tartışma becerilerini gerektirir.
<i>Gösterip Yapma Tekniği</i>	Yapararak-yaşayarak öğrenme temellidir. Gösterme ve yaptırma aşamalarından oluşur. Teknik ve deneysel öğretme yöntemlerinde daha yaygındır. Psiko-motor (devinimsel) davranışların öğretilmesinde etkilidir. Araç-gereç kullanımı zorunludur. Maliyetli ve zaman alıcıdır. Kalabalık gruplarda uygulanması zordur.
<i>Bireysel Çalışma Yöntemi</i>	Öğrenme ediniminde öğrenen kendi yaşayarak-yapararak öğrenir. Araştırma-inceleme deneyimini kazandırır. Öğrenci merkezlidir. Bağımsız çalışma becerisini kazandırır. Etkileşimli öğrenmeye engeldir. Çalışma planının kontrol edilmesi zor ve maliyetli bir tekniktir.
<i>Proje Temelli Öğrenme Yöntemi</i>	Birden fazla ders konusunu kapsayan bir çalışmada bireysel ya da grup olarak kullanılan tekniktir. Öğreten danışman öğrenen ise özerktir. Üst düzey bilişsel aktiviteler içerir. Çok çeşitli araç ve kaynak kullanımını destekler. Amacı öğrenene birinci elden bir şeyin nasıl yapılacağını deneme fırsatı vermektir. Pratik deneyim kazandırır. Kalıcı öğrenmeyi sağlar. Öğretenin sorumluluğunu artırır. Bilimsel yöntem ve tekniklerinin kullanımına ihtiyaç duyulur.
<i>Beyin Fırtınası Tekniği (Fikir Taraması)</i>	Kısa zamanda, bir probleme çözüm getirmek ve karar vermek amacıyla farklı fikirler üretmeye dayalıdır. Problem çözme ve tartışma yöntemidir. Öğrenci merkezlidir. Yaratıcı düşünmeyi ve analiz gücünü kazandırır. İfade yeteneğini geliştirir. Değerlendirme uzun sürer. Zaman alıcıdır. Hedeften sapılabilir.

<i>Altı Şapka Düşünme Tekniği</i>	Bir durumun, konunun ya da sorunun farklı yönlerini görmeyi, çok yönlü düşünmesi, analiz etmesi ve bunların sonucunda karar vermesini sağlayan bir tekniktir. Beyaz şapka (tarafsız/objektif), kırmızı şapka (duygusal), siyah şapka (negatif), sarı şapka (pozitif), yeşil şapka (yaratıcı) ve mavi şapka (eleştirel) düşünme becerisini geliştirir. Sistematiik düşünme yöntemini geliştirir. Farklı öğrenenler aynı konuya ilişkin farklı duygu, tutum ve inanışa sahip olabileceğinden tüm sınıfla birlikte ortak karar alınamayabilir. Zaman alıcıdır.
<i>Analoji Tekniği</i>	Problem durumunun başka bir duruma benzetilerek konunun anlaşılmasını sağlamaya yöneliktir. Kavramsal benzetmeleri içerir. Bilinenden bilinmeyene ulaşma hedeflenmektedir. Örneğin beynin ceviz içine benzetilmesi kavramı anlamlı hale getirir; öğrenen aktiftir. Soyut ve bilimsel kavramlar daha iyi öğrenilir.
<i>Soru-Cevap Tekniği</i>	Önceden belirlenen sorular öğrenenlere aktarılır. Öğrenenlerin düşünme, konuşma ve dinleme gibi becerilerini geliştirir. Kalabalık sınıflarda uygundur. Öğreten-öğrenen etkileşimi söz konusudur. Sürekli kullanımı dersi sıkıcı hale getirir ve gerginliğe neden olabilir.
<i>İstasyon Tekniği</i>	Farklı etkinliklerden yararlanılarak öğrenenlerin ortak bir ürün ortaya koyması için kullanılır. Oluşturulan istasyonlarda her grup çalışarak bir önceki öğrenenlerin yarım bıraktıkları aktivite tamamlanmaya çalışılır. Herkesin fikren yapacakları katkı konunun tamamlanmasına ve anlaşılabilirliğine katkı sağlar. Öğrenenlerde ilgi ve güdülenmeyi artırır. Çekingen öğrenenlerin de çalışma merkezine aktif katılımı sağlanır. İşbirliği ve yaratıcılık temelli bir tekniktir. Etkin katılımı sağlamak güçtür.
<i>Balık Kılıcı Tekniği</i>	Problemin nedenleri, alt ve özel nedenlerini öğrenme sürecidir. Olaylar arasında neden-sonuç ilişkisi öğrenmeye çalışılır. Üst düzey düşünme becerileri gereklidir. Öğrenenlerin sorunla ilgili ön bilgileri eksik ise uygulanması zor olur.
<i>Bilgisayar Destekli Öğretim</i>	Öğretimsel içerik veya faaliyetlerin bilgisayar yoluyla aktarılması sürecidir. Esnek bir öğrenme ortamı yaratır. Kısa zamanda daha etkin öğrenme ve çok geniş bir bilgi yelpazesine erişme olanağı sağlar. Özel donanım ve beceri gerektirir.
<i>Dramatizasyon (Rol Yapma)</i>	Bir olayın taklit ve canlandırma esasına dayalı olarak anlatılmasıdır. Sosyal hayat içinde ortaya çıkabilecek çeşitli durumların öğrenenler tarafından canlandırılması esasına dayanmaktadır. Empati becerisini geliştirir. Beden dilinin geliştirilmesine katkı sağlar. İletişim ve dil becerilerini geliştirir. Bilgilerin pekiştirilmesini sağlar. Sosyal becerileri gelişmemiş öğrenenlerin katılımını sağlamak zor olduğu için sürekli aynı öğrenenlerin katılımı söz konusu olabilir.

Öğrenmeyi Etkileyen Faktörler

Bir sınıf ortamında öğrenme faaliyeti genelde öğrenen, öğretim yöntemi ve öğrenme materyali bağlamında gerçekleşmektedir. Bu faktörler, öğrenme eyleminin gerçekleştirilmesinde doğrudan rol oynayabileceği gibi dolaylı olarak da öğrenme üzerinde etkilidir. Örneğin öğreten öğrenmeyi doğrudan etkilemek

yerine, öğrenenin öğrenmeye daha hazır hale gelmesine yardımcı olmak, öğrenme materyalini daha kolay öğrenilebilecek bir duruma getirmek ve uygun öğrenme stratejisini kullanmak yoluyla öğrenmenin kolayca gerçekleşmesini veya zorlaşmasını sağlayabilir. Ses, ışık, masa-sandalye vb. öğrenme ortamına ilişkin fiziksel ve ergonomik özellikler de öğreneni öğrenmeye yönelterek, öğrenme üzerinde etkili sonuçlar doğurabilir (Bacanlı 2005). Öğretme-öğrenme sürecinin niteliği; öğrenme ortamı, öğretenin bilgi ve becerileri, izlenen öğretim programı ve öğretim araç-gereçleri gibi pek çok değişkenden etkilenmektedir. Ancak, öğrenenin sürece yaptığı katkı ve sahip oldukları öğrenmeye yönelik bireysel farklılıklar da göz ardı edilmemesi gereken diğer bir boyuttur. Öğrenme kurumlarında öğretmenler çeşitli değerlendirme yöntemlerini kullanarak öğrenenlerin başarıları hakkında karar verirler. Öğrenenlerin çalışma alışkanlıkları, öğrenme yaklaşımları, öğrenme düzeyleri, sınıf düzeyi ve bilgiyi kullanma ve uygulamaya dönüştürme becerileri gibi çeşitli değişkenler, kullanılan değerlendirme yöntemine göre farklılık gösterir. Bu farklılıklar doğrultusunda yapılan değerlendirmelerin de öğrenme sürecini etkileyen faktörler olduğu bilinmektedir (Doğan 2016).

Bireylerin ilgileri, ihtiyaçları, tutumları, yetenekleri, becerileri, deneyimleri ve kişisel özellikleri öğrenme ortamında etkili olan değişkenlerdir. Öğretim niteliğini yükseltmek ve başarıyı artırmak için öğrenme sürecini etkileyen tüm değişkenlerin bilinmesini gerektirmektedir (Ünal ve diğerleri 2013). Yapılmış çalışmalar; öğretene davranışları, öğrenenlerin psikolojik durumları, okunan bölümün kariyer ve iş hayatına etkisi gibi faktörler öğrenmeyi etkilemenin yanı sıra öğrenenlerin akademik başarılarını da etkileyen temel değişkenler olarak belirlenmiştir (Dursun, Dede 2004).

Seven ve Engin (2008) öğrenmeyi etkileyen faktörlerin (Tablo 2) öğrenenlerin yaş ve zekâ olarak belli bir olgunluk ya da gelişmişlik düzeyine erişmiş olmaları, öğrenmeye ilişkin genel uyarılmışlık halinin belli bir düzeyde olması, dikkat/odaklanma/konsantrasyon ve motivasyonel etki gibi çeşitli faktörler öğrenmeyi etkileyen bireysel (öğrenene ilişkin) faktörler olduğunu belirtmiştir. Aynı çalışmada öğrenilen konunun yapısı, öğrenmeye ayrılan zaman ve geribildirim ile öğrenenin aktif katılımı öğrenmeyi etkileyen öğrenme yöntemiyle ilgili faktörler olarak belirlenmiştir. Çalışmada öğrenmeyi etkileyen öğrenme materyaliyle ilgili faktörlere de yer verilmiştir. Algısal ayırt edilebilirlik, anlamsal çağırışım ve kavramsal gruplandırma (kavram haritaları) öğrenme materyalinde bulunması gereken temel özellikler olarak vurgulanmıştır. Öğrenme materyallerinden *algısal ayırt edilebilirlik* bireyin kolay fark etmesini ve algılamasını sağlamaktadır. Örneğin bir sunumda, slaytta yer alan metinde bazı önemli kavramların ve ifadelerin altı çizili verilmesi ya da

farklı renkte belirtilmesi algısal ayırt edilebilirliği hızlandırmaktadır. Bir ifade söylendiğinde öğrenenin aklına benzer başka ifadeler geliyorsa ya da bir metin veya olgu anlatıldığında öğrenenin hafızasında benzer başka olay ve olgulara çağrışında bulunuluyorsa bu *anlamsal çağrışım* olarak tanımlanmaktadır. Çünkü benzer uyarıcılar (stimulus) birbirlerinin öğrenmelerini kolaylaştırır. Anlamsal çağrışım dizileri çoğaldıkça öğrenme olasılığı kademeli olarak artar. Diğer bir faktör olan *kavram haritaları* bilginin zihinde somut ve görsel bir şekilde düzenlenmesini ve öğrenilmesini sağlar. Bir konudaki kavramlar arası bağlantılar somutlaştırılarak şema halinde gösterilen araçlardır. Kavram haritaları, böylece kavramlar arasındaki ilişkiler örgütlendirilir ve ilişkiler somutlaştırılarak anlamlı öğrenme gerçekleşir (Seven, Engin 2008).

Tablo 2. Öğrenmeyi Etkileyen Faktörlerin Gruplandırılması

Bireysel/Öğrenene İlişkin Faktörler	Öğrenme Yöntemiyle İlgili Faktörler	Öğrenme Materyaliyle İlgili Faktörler
Yaş/Cinsiyet	Konunun yapısı	Algısal ayırt edilebilirlik
Olgunluk/Gelişmişlik	Öğrenmeye ayrılan zaman	Anlamsal çağrışım
Motivasyonel etki	Geribildirim	Kavramsal haritalama
Dikkat/Odaklanma	Aktif katılım	
Öğrenenlerin hazır bulunuşluk düzeyleri (sosyal, bilişsel ve sosyal hazır bulunuşluk düzeyleri, ön öğrenmeler)	Öğreten davranışları	
	Başarı değerlendirme biçimi	
	Ön düzenleyiciler (öğrenme sürecinin başında öğreneni konuya ısındırmak için sunulan kısa metinler, örnek olay, açıklama vb.)	

Kaynak: (Seven, Engin 2008).

SONUÇ VE ÖNERİLER

Tüm düzeylerde olduğu gibi lisans düzeyinde de öğrenenlerin program yeterliliklerini içselleştirmeleri ve öğrenme kazanımlarının pratik hayata uyarlamaları onların öğrenme eyleminin gerçekleştirilmesinde ve hedeflenen program çıktılarının başarılmasında önemli bir yer tutmaktadır. Öğrenmenin nasıl oluştuğu, hangi kuram kapsamında nasıl bir öğrenme sürecinin kazanılabildiği, her bir öğretme stratejisi ve öğrenme yaklaşımının avantaj ve dezavantajlarının bilinmesi, öğrenme ve öğretme sürecinde kolaylıklar sağlayacaktır. Yükseköğretim kurumlarında genelde düz bir anlatım yönteminin tercih edildiği gözlenmektedir. Böylesi bir yaklaşımın mezunların bilgiyi yeteri kadar işleyememelerine neden olmakta ve istendik düzeyde bir mezun profili yetiştirilememektedir. Tam da bu noktada bilginin nasıl elde edilip işlendiği, eğitim-öğretim tasarımıyla öğrenme kuramları ve önemi, öğretene bakış açısıyla

öğretme stratejileri, öğrenenlerin öğrenme sürecinde nasıl bir öğrenme yaklaşımını benimsediklerinin ortaya çıkarılmasına, ayrıca öğretim yöntem ve tekniklerinin analiz edilip değerlendirilmesine ihtiyaç vardır. Kuram, strateji, yaklaşım, yöntem ve tekniklerin eğitim bilimleri disiplinleri ile ilgili programların ötesinde diğer tüm programlarda da yaygınlık kazanmasında faydalı olacağı düşünülmektedir.

Bilginin nasıl öğrenildiği ve hangi mekanizmalarla işlendiği, öğrenme kazanımlarıyla sonuçlanmaktadır. Dolayısıyla öğrenenlere bilgi işleme sürecinin anlatılması, öğrenme sürecinde yer alan bilgi depolarının aktarılması ve bu bilgi depoları arasındaki etkileşim önemlidir. Öğrenme sürecinde hedef, uzun süreli belleğin kapasitesini genişletmek olmalıdır. Tekrar, kodlama, yeniden yorumlama, ezber mekanizması ve verilen projelerin günü gününe takip edilmesinde uzun süreli belleğin işlevsel önemi konusunda farkındalık yaratılmalıdır. Örneğin bilgi işleme sürecinin öğrenme üzerindeki etkisinin nasıl gerçekleştiği ile ilgili farkındalık yaratılırsa, öğrenenler sınavlarla ilgili çalışmalarını son günlere bırakmadan tüm zaman dilimine yayacak şekilde aralıklı bir öğrenme yöntemini tercih edebilir.

Öğrenenlerin eğitim-öğretime yön veren öğrenme kuramları hakkında farkındalıklarının geliştirilmesi önemlidir. Eğitim-öğretim esnasında hangi kuram ya da kuramların tercih edileceği bu kuram ya da kuramların ayırıcı özellikleri ve özel öğrenme yöntemlerinin uygulanması öğrenenlerin başarı gereksinimlerini artırmaktadır. Bilişsel ve yapılandırmacı öğrenme kuramlarına daha geniş yer verilmesinin, hedef kazanımlara bir adım daha yaklaştılabileceği söylenebilir. Özellikle yapılandırmacı kuramda öğrenenlerin öz yeterlilikleri ve öz güvenlerini geliştirmeye yönelik olması bu kuramın anlamını ve önceliğini artırmaktadır. Sınıf ortamında öğretene rolüne sahip olanların seçmiş oldukları anlatım yöntem ve tekniklerinin hangi kuramla ilişkilendirilebileceği, ilgili öğretim stratejilerinin üstün yönleri hakkında ön bilgiye sahip olmaları ya da hangi durumda hangi stratejinin öğrenenlerin başarı gereksinimlerine hizmet edeceğini bilmeleri etkin bir bilgi aktarımıyla sonuçlanma olasılığını artırır. Bu tespit doğrultusunda örneğin sıklıkla başvurulmuş bir strateji olan sunuş yoluyla öğretim stratejisi yerine buluş yoluyla öğretim ve araştırma-inceleme yoluyla öğretim stratejilerinin uygulanması program yeterliliklerinin öğrenme kazanımlarıyla örtüşmesine katkı sağlayabilir.

Bir öğrenme ortamında öğrenenler farklı öğrenme yaklaşımlarını tercih edebilir; öğrenme yaklaşımlarından birini ya da birden fazlasını farklı durum ve koşullarda belirli düzeyde kullanabilir. Fakat asıl hedeflenen bir öğrencinin derinlemesine ve stratejik öğrenme yaklaşımlarını tercih etmesi olmalıdır. Stratejik ve derinlemesine öğrenme yaklaşımlarının benimsenmesi, öğrencilerin

anlamalı öğrenmeler gerçekleştirdikleri ve öğrendiklerini günlük yaşantılarına transfer edecek öğrenme kazanımlarına sahip olduklarını ifade etmektedir. Çalışmalar öğrenenlerin yüzeysel ve derinlemesine öğrenme yaklaşımlarını daha sık tercih ettiklerini göstermiştir. Oysaki öğrenenlerin öğrenme yaklaşımları hakkında teorik bilgilendirmeleri onların stratejik öğrenme eğilimlerini artırabilir.

Öğreticinin temel yeterliliklerinden olan öğrenme ve bu öğrenmenin ne şekilde ve hangi yöntemlerle öğrenenlere aktarıldığı şüphesiz çok önemlidir. Bilgi aktarımının hangi kuramlar kapsamında yapılabileceği ile hangi öğretme stratejileri ve teknikleriyle yapılmasının uygun olabileceği; çalışma bütününde yer alan kuram, strateji, yöntem ve tekniklere ilişkin deneyimlerin artırılması ile pekiştirilebilir. Bu bakımdan belirtilen kuram, strateji, yöntem ve tekniklerin salt eğitim bilimleri alanında değil diğer bilim alanlarında da öğretilmesi, öğrenme çıktılarında olumlu yönde katalizör etkisi yaratabilir. Ayrıca bu yönlü bir yaklaşım eğitim bilimleri alanı ile diğer bilimler arasında disiplinler arası bir öğretme ve öğrenme modelini de hayata geçirilebilir.

REFERANSLAR

1. Aksu G. ve Doğan N. (2015) Öğretim yöntem ve tekniklerinin öğrenci görüşlerine göre ikili karşılaştırma yöntemiyle ölçeklenmesi. *Eğitimde ve Psikolojide Ölçme ve Değerlendirme Dergisi* 6(2): 194-206.
2. Arı E. (2013) Temel kavramlar. *Öğrenme öğretme kuram ve yaklaşımları*. İçinde: Filiz B.S. (ed.), Pegem Yayınevi, Ankara.
3. Arslan A. (2016) Öğretim stratejileri ve öğrenme stratejileri. *Öğretim ilke ve yöntemleri*, İçinde: Yelken T.Y. ve Aktay C. (ed.) ss: 185-222. Anı Yayıncılık, Ankara.
4. Aydın C.H. (2000). Öğrenme ve öğretim kuramlarının eğitim iletişimine katkısı. *Kurgu Dergisi* 17: 183-197.
5. Aydın Ö., Tunca N. ve Şahin S.A. (2015) Fen Bilgisi Öğretmen Adaylarının Öğretme ve Öğrenme Anlayışlarının Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi. *K. Ü. Kastamonu Eğitim Dergisi* 23(3): 1331-1346.
6. Babadoğan C. (1997) Öğretmenlerin Öğrenme Stratejilerine Sahip Olma Düzeyleri ile Öğretim Stratejilerini Kullanma Düzeyleri Arasındaki İlişki. Eğitim Sempozyumu, Nasıl Bir Eğitim Sistemi: Güncel Uygulamalar ve Geleceğe İlişkin Öneriler İzmir.
7. Bacanlı H. (2005) *Gelişim ve öğrenme*. Nobel Yayın ve Dağıtım, Ankara.
8. Bates, A.W. (2015). *Teaching in a digital age: Guidelines for designing teaching and learning for a digital age*. BC Campus: Tony Bates Associates Ltd. (Çev.): Müge Adnan, (Ed.) Müge Adnan / Yasemin Gülbahar Güven. Eskişehir.
9. Bozpolat E., Uğurlu C.T., Usta H.G. ve Şimşek, H.S. (2016) Öğrenci ve öğretim elemanlarının öğretim yöntem ve tekniklerine ilişkin görüşleri: nitel bir araştırma. *Dicle Üniversitesi Ziya Gökalp Eğitim Fakültesi Dergisi* 27: 83-95.
10. Brooks J.G. and Brooks, M.G. (1999) *The case for constructivist classrooms*. Alexandria Press, Virginia.
11. Brooks J.G. and Brooks, M.G. (1993) In Search of understanding: The case for constructivist classrooms. association of supervision and curriculum development, Alexandria, VA.
12. Chang W. (2005) Impact of Constructivist teaching on students' beliefs about teaching and learning in introductory physics. *Canadian Journal of Science* 5(1): 95-109.
13. Coşkun Ö., Özeke V., Budakoğlu İ., Turan B., Nazlı H. ve Aksoy, M. (2018) Ders çalışma becerileri ve yaklaşımı ölçeğinin uyarlanması: Tıp

- fakültesi öğrencileri için geçerlik ve güvenirlik çalışması. *GMJ* 29: 23-30.
14. Covill A. (2011) College student's perceptions of the traditional lecture method. *College Student Journal* 45(1): 2-15.
 15. Demir S. ve Özden S. (2013) Sınıf Öğretmenlerinin öğretimsel stratejilere yöntemlere ve tekniklere ilişkin görüşleri: hayat bilgisi dersine yönelik tanılayıcı bir çalışma. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 14: 59-75.
 16. Demirel M., Kozikoğlu İ. ve Özkan E.İ. (2017) Üniversite hazırlık sınıfı öğrencilerinin öğrenme yaklaşımlarının çeşitli değişkenlere göre incelenmesi. *İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi* 18(1): 116-133.
 17. Doğan C.D. (2016) Biçimlendirici değerlendirmenin üniversite öğrencilerinin değerlendirme tercihleri üzerindeki etkisi: bir ölçekleme çalışması. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi* 16(2), 413-431.
 18. Dursun Ş. ve Dede Y. (2004) Öğrencilerin matematikte başarısını etkileyen faktörler: matematik öğretmenlerinin görüşleri bakımından. *Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi* 24(2): 217-230.
 19. Duru S. (2014) Yapılandırmacı ve geleneksel öğrenme ortamlarının öğretmen adaylarının eğitim inançları üzerine etkisi. *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi* 36: 15-28.
 20. Edeer D. ve Dicle A. (2014) Ameliyat öncesi ve sonrası bakım yönetiminin bilgi işleme kuramına dayalı bilgisayar destekli simülasyonda yapılandırılması. *Dokuz Eylül Üniversitesi Hemşirelik Yüksekokulu Elektronik Dergisi* 7(3): 2012-217.
 21. Ekinci N. (2008) Üniversite öğrencilerinin öğrenme yaklaşımlarının belirlenmesi ve öğretme-öğrenme süreci değişkenleri ile ilişkisi. Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı, Eğitim Programları ve Öğretim Bilim Dalı, Doktora Tezi, Ankara.
 22. Ekinci N. (2009) Üniversite öğrencilerinin öğrenme yaklaşımları. *Eğitim ve Bilim* 34(151): 74-88.
 23. Engin A., Calapoğlu M. ve Gürbüzöğlu S. (2005) Uzun süreli bellek ve öğrenme. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 2: 251-262.
 24. Fidan N. ve Erden. M. (1998) *Eğitime giriş*. Alkım Yayınları, İstanbul.
 25. Genç G. (2015) Bağımsız yabancı dil öğrenme, öğrenme stilleri ve bazı değişkenler arasındaki ilişkinin araştırılması. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi* 48(1): 129-160.

26. Gültekin M. ve Karadağ R. (2007) Yapılandırmacılık ve öğretim uygulamalarına yansımaları. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 7(2): 503-528.
27. Güneş F. (2012) Öğrencilerin düşünme becerilerini geliştirme. *TÜBAR* 32: 127-146.
28. Hamzadayı E. (2010) Bütünleştirilmiş öğrenme-öğretme yaklaşımının türkçe öğretiminde okuduğunu anlama ve yazılı anlatım becerilerine etkisi. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 9(3): 631-668.
29. Hergenhahn R.R. and Olson M.H. (2000) An introduction to theories of learning. Prentice Hall, 6th. Edition, 502p, June 19.
30. Huitt W. (2003) The information processing approach to cognition. educational psychology interactive valdosta state university (<http://chiron.valdosta.edu/whuitt/col/cogsys/infoproc.html>), Erişim: 11.02.2018.
31. İlder İ. (2014) Öğretim elemanlarının kullandığı yöntem ve tekniklere ilişkin öğretmen adaylarının görüşleri. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi* 7(35): 562-575.
32. Karadeniz A. (2015). Ters-yüz edilmiş sınıflar, *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 4(3): 322-326.
33. Kaya İ. ve Erdik C. (2014) Öğretmenlerin kullandıkları öğretim stratejilerine göre sahip oldukları liderlik türleri. *GEFAD/GUJGEF* 34(2):185-209.
34. Kayabaşı Y. (2012) Öğretmenlerin öğretim sürecinde kullandıkları öğretim yöntem ve teknikleri ile bunları tercih etme nedenleri. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 15: 27.
35. Koçak Ö., Demirel T., Karakuş T. ve Göktaş Y. (2016) Sanal dünyalarda kullanılan öğretim stratejileri, yöntemleri ve teknikleri. *Kafkas Eğitim Araştırmaları Dergisi* 3(2): 40-51.
36. Koçel T. (2014) *İşletme yöneticiliği*. Genişletilmiş 15. Baskı, Beta Yayınları, Ankara.
37. Marshall H.H. (1992) *Re-conceptualizing learning for restructured schools*. Annual meeting of the american educational research association, woolfolk, Educational psychology, Pearson: Allyn&Bacon. Ninth Edition. s.321.
38. Mutlu M. E. (2014). Anadolu üniversitesi açık öğretim sistemi öğrencileri için bir kişisel öğrenme ortamı çerçevesi. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 3(3): 119-134.

39. Newmann F.M. (1994) School-Wide professional community. *Issues in Restructuring Schools* 6:1-2. (ERIC Document Reproduction Service No. ED370214).
40. Ocak G. (2005) Buluş yoluyla öğretimin öğrenmede kalıcı etkisi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 7(2): 289-297.
41. Özkal N. ve Çetingöz D. (2006) Akademik başarı, cinsiyet, tutum ve öğrenme stratejilerinin kullanımı. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi* 46: 259-275.
42. Öztürk B. ve Kısaç İ. (2004) Bilgiyi işleme modeli, *Gelişim ve Öğrenme Psikolojisi* İçinde: Yesilyaprak B. (ed), Pegem Yayıncılık, Ankara.
43. Palavan Ö. ve Demir H. (2017). Beyin temelli öğrenme ilkelerine yönelik sınıf öğretmenlerinin görüşleri üzerine bir araştırma. *İstanbul Sosyal Bilimler Dergisi* 18: 33-49.
44. Polat M. (2014) Beyin temelli öğrenmenin açılımı nedir? *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi* 3 (2): 265-274.
45. Robbins S.P. and Judge T.A. (2013) Organizational behavior, *Örgütsel davranış* Erdem İ. (çev. ed.), Nobel Yayıncılık, 14. Basım, Ankara.
46. Senemoğlu N. (2005) *Gelişim, öğrenme ve öğretim, kuramdan uygulamaya*. Gazi Kitabevi, 12. Baskı, Ankara.
47. Senemoğlu N. (2011) College of education students' approaches to learning and study skills. *Eğitim ve Bilim* 36(160): 65-80.
48. Seven M.A. ve Engin A.O. (2008) Öğrenmeyi etkileyen faktörler. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 12(2): 189-212.
49. Sevindik T. (2010) *Özel öğretim yöntemleri ders notları*. Yıldız Teknik Üniversitesi Eğitim Fakültesi. (http://content.lms.sabis.sakarya.edu.tr/Uploads/54012/42032/ööy_11.pdf), Erişim: 18.08.2018.
50. Şahin İ., Ulusoy Y.Ö. ve Turan H. (2005) Çoklu zekâ, baskın beyin, yetenek ve kaygı değişkenleri için korelasyon çalışması. *XIV. Ulusal Eğitim Bilimleri Kongresi* Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi 28–30 Eylül, Denizli.
51. Şahin M. (2015) Buluş yoluyla öğretim yaklaşımının öğrenci başarısına etkisi. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi* 3(9): 68-80.
52. Uysal İ. (2006) *Sosyal bilgiler dersinde öğrenmeyi öğrenme stratejilerinin, öğrencilerin anlama ve yorumlama düzeylerine etkisi*. Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilgiler Eğitimi Anabilim Dalı Sosyal Bilgiler Öğretmenliği Bilim Dalı, Konya.

53. Ünal K., Alkan G.D., Özdemir F.B. ve Çakır Ö. (2013) Eğitim fakültesi öğrencilerinin öğrenme stil ve stratejilerinin çeşitli değişkenler açısından incelenmesi. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi* 9(3). 56-76.
54. Xu Y. (2012). *Literature Review on web application gamification and analytics*, CSDL technical report 11-05, <https://csdl-techreports.googlecode.com/svn/trunk/techreports/2011/11-05/11-05.pdf>.
55. Yılmaz S. (2005) Bilgi işleme modeline dayalı bir dersin fen bilgisi öğretmen adaylarının manyetizma konusundaki başarılarına etkisi. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi* 28: 236-243.
56. (<http://www.dmy.info/ogrenme-kuramlari/>), Erişim: 11.02.2018.
57. (http://oguzcetin.gen.tr/wp-content/uploads/2016/01/oyt_tumu.pdf), Erişim: 11.03.2018.
58. (file:///C:/Users/Sagl%C4%B1k%20Bilimleri/Downloads/Program+geli.pdf), Erişim: 18. 08. 2018

22. Bölüm

Türkiye’deki Önlisans Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Programlarına 2022 Yılı Güncel Bakış

Kürşad ÇAVUŞOĞLU¹

¹ Öğr. Gör. Dr.; Mersin Üniversitesi Anamur Melsek Yüksekokulu İşletme Yönetimi Programı.
kursatcavusoglu@mersin.edu.tr ORCID No: 0000-0002-6820-3790

ÖZET

GİRİŞ

Meslek yüksekokulu (MYO), Türkiye’deki yükseköğretim sisteminde bir ara eğitim kurumu olarak meydana getirilmiş olup, önlisans programlarına sahiptir (Güvemli ve Erkan, 2015: 194). 1975 yılında yükseköğretim sistemine dâhil edilmiş ve 1977 yılından itibaren mezun vermiştir (Gençoğlu ve İşseveroğlu, 2010: 31). Yükseköğretim Kanunu’nda (1981) meslek yüksekokulu, hedefinde belirli mesleklere ilişkin nitelikli, kalifiye insan kaynağı yetiştirmek olan, iki yıllık eğitimi ve öğretimi yılda iki ya da üç dönemde devam ettiren ve ön lisans derecesi ile mezun eden bir yükseköğretim kurumu olarak tanımlanmıştır. Bu çerçevede meslek yüksekokulları işgücü piyasasına yetiştirmiş insan kaynağını ve ara elemanı sunmayı amaçlamaktadır (Yardımcıoğlu ve Büyüksalvarcı, 2007: 175). Bu amacı gerçekleştirmek için meslek yüksekokullarının altında çeşitli ön lisans programları bulunmaktadır. Bu programlardan biri de muhasebe ve vergi uygulamaları programıdır.

Muhasebe ve vergi uygulamaları programları ile ön lisans düzeyinde sağlanacak eğitim-öğretim çerçevesinde doğrudan muhasebe mesleğine yönelik nitelikli işgücü yetiştirme, işletmelerin gereksinim duyduğu ön muhasebe elemanları yetiştirme amaçlanmaktadır (Demir, 2015: 77; Şengel, 2011: 169). Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik ve Yeminli Mali Müşavirlik Kanunu’nda (1989) değişiklik yapılmadan önce meslek yüksekokullarında muhasebe eğitimi alıp mezun olanlar serbest muhasebeci olabiliyordu, ancak değişiklik sonrası bu imkân ortadan kalktığından, meslek yüksekokullarından mezun olanların profesyonel muhasebe meslek mensubu (serbest muhasebeci mali müşavir) olması için lisans düzeyinde mezun olma gerekliliği ortaya çıkmıştır (Güvemli ve Erkan, 2015: 205-206).

Bu çalışmada Yükseköğretim Kurulu (YÖK) Ön lisans Atlası 2022 yılı verileri referans alınarak Türkiye’de bulunan ön lisans muhasebe ve vergi uygulamaları programlarına güncel ve genel bir bakış sunmak hedeflenmiştir. Bu çerçevede muhasebe ve vergi uygulamaları programları bulunan üniversitelerin türlerine göre dağılımı, muhasebe ve vergi uygulamaları programları bulunan MYO’ların bölgesel dağılımı, eğitim birimleri ve öğretim türü açısından muhasebe ve vergi uygulamaları programlarının dağılımı verilmeye çalışılmıştır. Ayrıca muhasebe ve vergi uygulamaları programlarına yerleşenlerin cinsiyetlerine, geldikleri şehre ve lise alanlarına göre dağılımı ile muhasebe ve vergi uygulamaları programlarına ait Ortaöğretim Başarı Puanı (OBP) ve Yükseköğretim Kurumları Sınavı (YKS) net ortalamaları sunulmaya çalışılmıştır.

TÜRKİYE'DEKİ ÖNLİSANS MUHASEBE VE VERGİ UYGULAMALARI PROGRAMLARINA GÜNCEL BAKIŞ

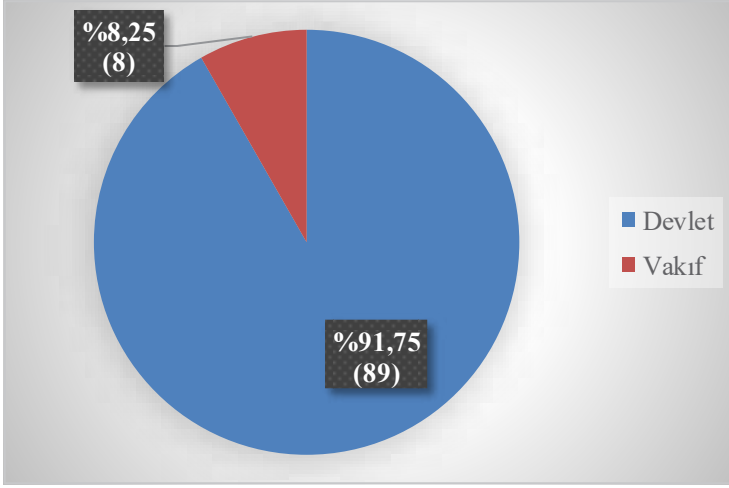
YÖK Önlisans Atlası 2022 yılı verileri baz alınarak açıköğretimi de içeren Türkiye'deki tüm üniversitelerde yer alan 254 muhasebe ve vergi uygulamaları programı ele alınmıştır. Her bir programa ilişkin YÖK Önlisans Atlası'nın Yükseköğretim Girdi Göstergeleri (2022 YKS) altındaki *genel bilgiler, kontenjan, yerleşme ve kayıt istatistikleri, yerleşenlerin cinsiyet dağılımı, yerleşenlerin geldikleri coğrafi bölgeler, yerleşenlerin mezun oldukları lise alanları, yerleşenlerin YKS net ortalamaları* menüleri incelenmiştir. Tanımlayıcı istatistiklerle menülerden derlenen veriler analiz edilmiştir. Ayrıca frekans değerleri çubuk ve pasta grafiklerle de sunulmuştur.

Türkiye'deki muhasebe ve vergi uygulamaları programlarına ilişkin bilgilerin sunulduğu Şekil 1, 2, 3 4, 5 ve 6 ile Tablo 1 ve 2, YÖK Önlisans Atlası (2022a) ve YÖK Önlisans Atlası (2022b) verilerinden derlenerek araştırmacı tarafından oluşturulmuştur.

Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Programları Bulunan Üniversitelerin Türlerine Göre Dağılımı

2022 yılında Türkiye'de 97 farklı üniversitede açıköğretim dâhil 254 muhasebe ve vergi uygulamaları programı bulunmaktadır (YÖK Önlisans Atlası 2022a; YÖK Önlisans Atlası 2022b). Bu çerçevede 2022-2023 Öğretim Yılı Yükseköğretim İstatistiklerine (2023) göre 28.04.2023 tarihi itibarıyla aktif olan 205 üniversitenin yaklaşık %47,32'sinde muhasebe ve vergi uygulamaları programı vardır. Yine 2022-2023 Öğretim Yılı Yükseköğretim İstatistiklerine (2023) göre 28.04.2023 tarihi itibarıyla aktif olan 7745 önlisans programının yaklaşık %3,28'i muhasebe ve vergi uygulamaları programından oluşmaktadır.

Şekil 1'e göre 2022 yılında muhasebe ve vergi uygulama programı bulunan üniversitelerin %91,75'i devlet üniversitesi, %8,25'i ise vakıf üniversitesidir.



Şekil 1: 2022 Yılı için Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Programları Bulunan Üniversitelerin Türlerine Göre Dağılımı

Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Programlarına ait Genel Bilgiler

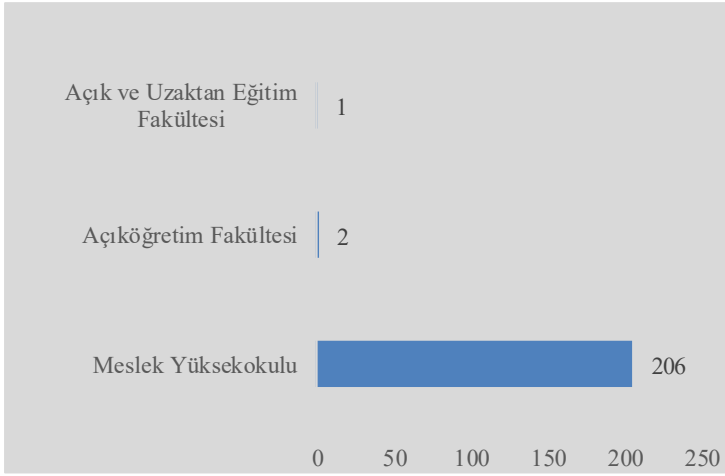
Tablo 1 incelendiğinde 2022 yılındaki toplam 254 muhasebe ve vergi uygulamaları programının %92,52'sinin devlet üniversitelerinde, %7,48'inin ise vakıf üniversitelerinde bulunduğu görülmektedir. Muhasebe ve vergi uygulamaları programlarının %83,86'sı örgün öğretim, %13,38'i ikinci öğretim, %1,97'si uzaktan öğretim ve %0,79'u ise açık öğretim vermektedir. 2022 yılında 8'i okul birincisi kontenjanına yerleşen olmak üzere 14.445 öğrenci devlet üniversitesine bağlı, 394 öğrenci ise vakıf üniversitesine bağlı muhasebe ve vergi uygulamaları programlarına yerleşmiş, toplam yerleşen öğrenci sayısı 14.839 olmuştur. 2.236'sı devlet üniversitesine, 45'i vakıf üniversitesine bağlı muhasebe ve vergi uygulamaları programları olmak üzere toplam 2.281 öğrenci ek yerleşmiştir. Örgün öğretime 10.376 öğrenci, ikinci öğretime 2.066 öğrenci, uzaktan öğretime 500 öğrenci ve açık öğretime 1.897 öğrenci yerleşmiştir. Örgün, ikinci, uzaktan ve açık öğretime sırasıyla 1.667, 301, 84 ve 229 öğrenci ek yerleşmiştir.

Tablo 1: 2022 Yılı için Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Programlarına ait Genel Bilgiler

		Frekans	Yüzde (%)	Genel Kontenjana Yerleşen	Okul Birincisi Kontenjanına Yerleşen	Toplam Yerleşen	Ek Yerleşen
Ü-ni-ver-site türü	Devlet	235	92,52	14.437	8	14.445	2.236
	Vakıf	19	7,48	394	0	394	45
	Toplam	254	100,00	14.831	8	14.839	2.281
Öğ-re-tim türü	Örgün	213	83,86	10.368	8	10.376	1.667
	İkinci	34	13,38	2.066	0	2.066	301
	Uzaktan	5	1,97	500	0	500	84
	Açık	2	0,79	1.897	0	1.897	229
	Toplam	254	100,00	14.831	8	14.839	2.281

Eğitim Birimleri Açısından Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Programlarının Dağılımı

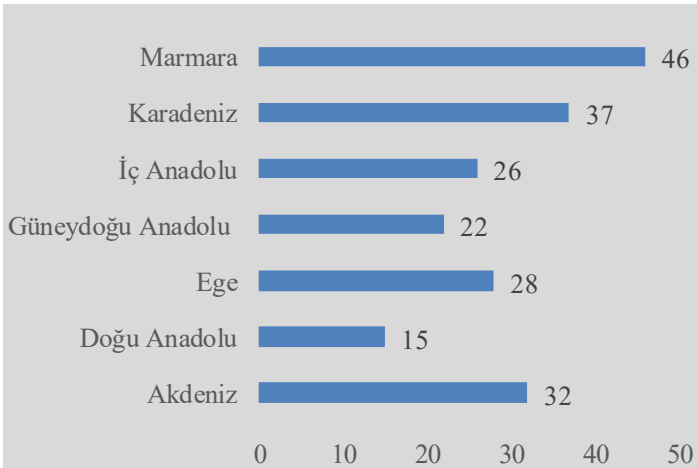
Şekil 2'ye göre 2022 yılında eğitim birimleri açısından 206 farklı meslek yüksekokulunda, 2 açıköğretim fakültesinde (Anadolu ve Atatürk Üniversitesi) ve 1 açık ve uzaktan eğitim fakültesinde (Ankara Üniversitesi) muhasebe ve vergi uygulamaları programı bulunmaktadır. Bu çerçevede 2022-2023 Öğretim Yılı Yükseköğretim İstatistiklerine (2023) göre 28.04.2023 tarihi itibarıyla aktif olan 1024 meslek yüksekokulunun yaklaşık %20,12'sinde muhasebe ve vergi uygulamaları programı bulunmaktadır. 206 meslek yüksekokulunun 8'i vakıf üniversitesine, geri kalan 198 meslek yüksekokulu ise devlet üniversitesine aittir.



Şekil 2: 2022 Yılı için Eğitim Birimleri Açısından Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Programlarının Dağılımı

Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Programları Bulunan MYO'ların Bölgesel Dağılımı

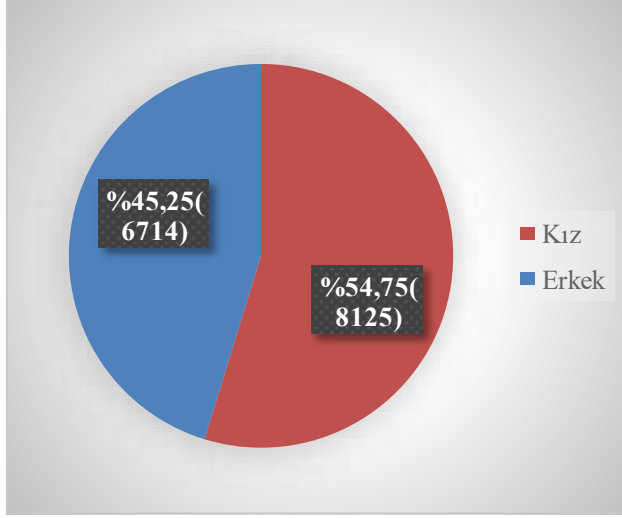
Şekil 3'te 2022 yılında muhasebe ve vergi uygulamaları programı bulunan meslek yüksekokullarının bölgesel dağılımına bakıldığında, 32 MYO Akdeniz bölgesinde, 15 MYO Doğu Anadolu bölgesinde, 28 MYO Ege bölgesinde, 22 MYO Güneydoğu Anadolu bölgesinde, 26 MYO İç Anadolu bölgesinde, 37 MYO Karadeniz bölgesinde ve 46 MYO Marmara bölgesinde yer almaktadır.



Şekil 3: 2022 Yılı için Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Programları Bulunan MYO'ların Bölgesel Dağılımı

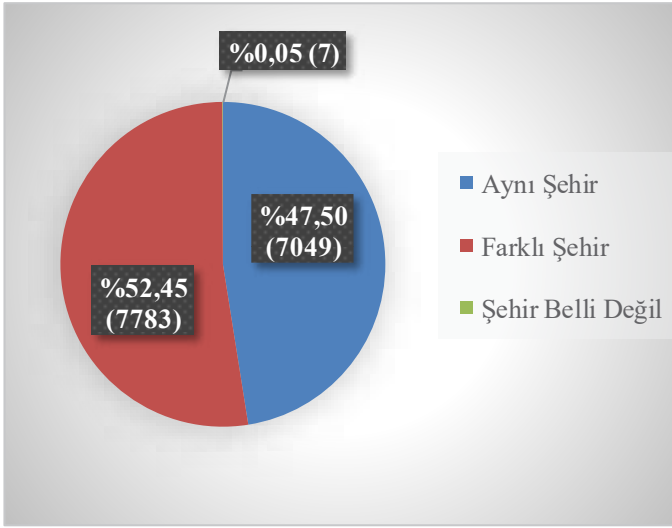
Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Programlarına Yerleşenlerin Cinsiyetlerine, Geldikleri Şehre ve Lise Alanlarına Göre Dağılımı

Şekil 4'e göre cinsiyet açısından 2022 yılında muhasebe ve vergi uygulamalarına yerleşenlerin %54,75'i kız, %45,25'i ise erkektir.



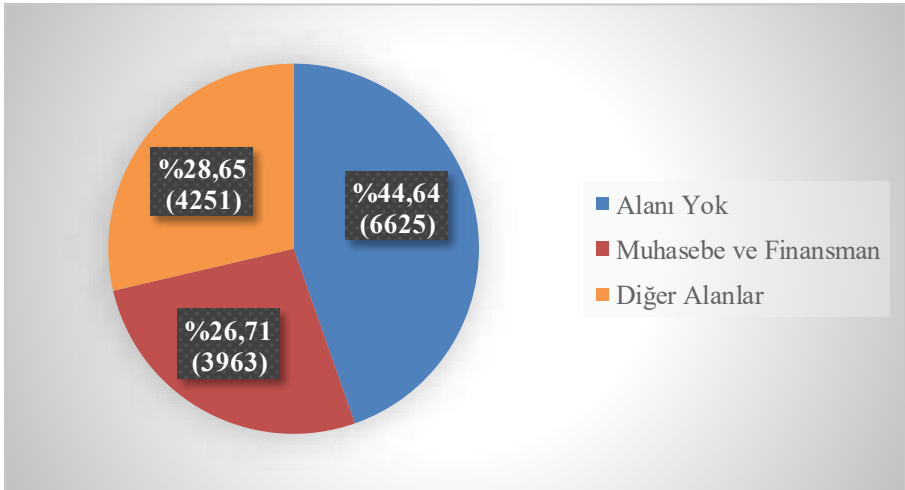
Şekil 4: 2022 Yılı için Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Programlarına Yerleşenlerin Cinsiyetlerine göre Dağılımı

Şekil 5 incelendiğinde yerleşenlerin %52,45'i yaşadıkları şehirden farklı bir şehirdeki programa yerleşirken, %47,50'si yaşadıkları şehirde bulunan programa yerleşmiştir. Yerleşenlerin %0,05'inin ise hangi şehirden geldikleri belli değildir.



Şekil 5: 2022 Yılı için Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Programlarına Yerleşenlerin Geldikleri Şehre göre Dağılımı

Şekil 6'ya göre mezun olunan lise alanı bakımından yerleşenlerin %26,71'i muhasebe ve finansman lise alanından mezun olmuşken, %28,65'i ise diğer alanlardan mezun olmuştur. Yerleşenlerin %44,64'ünün lise alanı yoktur.



Şekil 6: 2022 Yılı İçin Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Programlarına Yerleşenlerin Mezun Oldukları Lise Alanlarına Göre Dağılımı

Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Programlarına ait OBP ve YKS Net Ortalamaları

Tablo 2’de katsayı ayırımı olmadan her bir program için OBP,

$$\frac{(OBP \times 0,12Katsayı \text{ İle Yerleşen Kişi Sayısı}) + (OBP \times 0,18Katsayı \text{ İle Yerleşen Kişi Sayısı})}{0,12Katsayı \text{ İle Yerleşen Kişi Sayısı} + 0,18Katsayı \text{ İle Yerleşen Kişi Sayısı}}$$

formülü ile hesaplanmıştır. Yine katsayı ayırımı olmadan her bir program için TYT netleri,

$$\frac{(TYT \text{ Netleri} \times 0,12Katsayı \text{ İle Yerleşen Kişi Sayısı}) + (TYT \text{ Netleri} \times 0,18Katsayı \text{ İle Yerleşen Kişi Sayısı})}{0,12Katsayı \text{ İle Yerleşen Kişi Sayısı} + 0,18Katsayı \text{ İle Yerleşen Kişi Sayısı}}$$

formülü ile hesaplanmıştır.

Tablo 2’de yerleşenlerin YKS Temel Yeterlilik Testi (TYT) net ortalamaları incelendiğinde 254 muhasebe ve vergi uygulamaları programına ait TYT Türkçe testi net ortalamasının 12,811 (40 soruda %32,027 başarı oranı), TYT Sosyal Bilimler testi net ortalamasının 5,727 (20 soruda %28,635 başarı oranı), TYT Matematik testi net ortalamasının 2,117 (40 soruda %5,292 başarı oranı) ve TYT Fen Bilimleri testi net ortalamasının 0,727 (20 soruda %3,635 başarı oranı) olduğu görülmektedir.

Tablo 2: 2022 Yılı için Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Programlarına ait OBP ve YKS Net Ortalamaları

	N	Minimum	Maksimum	Ortalama	Standart Sapma
OBP	254	320,954	406,053	347,004	13,976
TYT Türkçe (40 soruda)	254	6,286	24,800	12,811	3,808
TYT Sosyal Bilimler (20 soruda)	254	3,212	12,900	5,727	1,380
		0,129	11,500		
TYT Matematik (40 soruda)	254	-0,114	4,800	2,117	1,746
TYT Fen Bilimleri (20 soruda)	254			0,727	0,501

SONUÇ

Araştırma sonucunda 2022 yılı için YÖK Ön lisans Atlası verilerine göre Türkiye’de 97 farklı üniversitede açık öğretim de dâhil olmak üzere 254 muhasebe ve vergi uygulamaları programı tespit edilmiştir. Bu programların büyük çoğunluğu devlet üniversitelerinde bulunmaktadır. Vakıf üniversitelerinin muhasebe ve vergi uygulamaları programlarını bulundurmaya daha az tercih ettiği ifade edilebilir.

Muhasebe ve vergi uygulamaları programlarında en fazla örgün öğretim verilmektedir. Bunu ikinci öğretim takip etmektedir. Açık ve uzaktan öğretimin payı ise oldukça düşüktür. Muhasebe ve vergi uygulamaları programları bulunan MYO'lar en fazla Marmara bölgesinde toplanmıştır. Karadeniz bölgesi ikinci en fazla MYO bulunan bölgedir. En az ise Doğu Anadolu bölgesi olmuştur.

2022 yılında muhasebe ve vergi uygulamaları programlarına yerleşen kız öğrenci sayısı erkek öğrenci sayısından fazladır. Yaşadığı şehirden farklı bir şehirdeki muhasebe ve vergi uygulamaları programına yerleşenler ile yaşadığı şehirdeki programa yerleşenlerin dağılımı birbirine yakın olmakla beraber yaşadığı şehirden farklı bir şehirdeki programa yerleşenler sayıca biraz daha fazladır.

Muhasebe ve vergi uygulamaları programlarına yerleşenler içerisinde en çok, alan ayrımı olmayan liselerden mezun olanlar bulunmaktadır. Muhasebe ve finansman lise alanından mezun olanlar ise yerleşenlerin yaklaşık çeyreğini oluşturmaktadır.

En yüksek TYT net ortalaması ve başarı oranı, TYT Türkçe testinde görülmüş olup bunu TYT Sosyal Bilimler testi takip etmiştir. TYT Fen Bilimleri testi ise en düşük TYT net ortalamasına ve başarı oranına sahip test olmuştur. TYT Fen Bilimleri testinden sonraki ikinci en düşük net ortalaması ve başarı oranı, TYT Matematik testinde görülmüştür.

REFERANSLAR

1. Demir, B. (2015). Meslek yüksekokullarında verilen muhasebe eğitiminde stajın önemi, sorunlar ve çözüm önerileri. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 4(3), 76-80.
2. Gençoğlu, Ü. G., ve İşseveroğlu, G. (2010). Türkiye’de meslek yüksekokullarındaki eğitimin muhasebe mesleğine katkısı üzerine bir araştırma. *Muhasebe ve Finansman Dergisi* (47), 28-40.
3. Güvemli, O., ve Erkan, M. (2015). Meslek yüksek okulları ve muhasebe eğitimi. *Muhasebe ve Finans Tarihi Araştırmaları Dergisi* (9), 192-215.
4. Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik ve Yeminli Mali Müşavirlik Kanunu. (1989). *Resmi gazete (sayı: 20194)*. <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.3568.pdf> adresinden 15 Nisan 2023 tarihinde alınmıştır.
5. Şengel, S. (2011). Türkiye’de muhasebe meslek elemanı talebi üzerine bir araştırma. *Muhasebe ve Finansman Dergisi* (50), 167-180.
6. Yardımcıoğlu, M., ve Büyüksalvarcı, A. (2007). Muhasebe eğitiminde meslek yüksekokullarının yeterliliği ve tercih edilme sebepleri: Selçuk Üniversitesinde bir uygulama. *Muhasebe ve Finansman Dergisi* (36), 173-178.
7. YÖK Önlisans Atlası. (2022a). *Muhasebe ve vergi uygulamaları programı bulunan tüm üniversiteler*. <https://yokatlas.yok.gov.tr/onlisans-program.php?b=30040> adresinden 19 Nisan 2023 tarihinde alınmıştır.
8. YÖK Önlisans Atlası. (2022b). *Muhasebe ve vergi uygulamaları (açıköğretim) programı bulunan tüm üniversiteler*. <https://yokatlas.yok.gov.tr/onlisans-program.php?b=19533> adresinden 19 Nisan 2023 tarihinde alınmıştır.
9. Yükseköğretim Kanunu. (1981). *Resmi gazete (sayı: 17506)*. <https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuatmetin/1.5.2547.pdf> adresinden 15 Nisan 2023 tarihinde alınmıştır.
10. 2022-2023 Öğretim Yılı Yükseköğretim İstatistikleri. (2023). *Türlerine göre akademik birim sayıları*. <https://istatistik.yok.gov.tr/> adresinden 30 Nisan 2023 tarihinde alınmıştır.

23. Bölüm

Covid-19 Pandemisinin Bir Yılda Yarattığı Küresel Ekonomik Bunalım: Alınan Tedbirler ve Pandeminin Ekonomik Sonuçları

Mihalis Kuyucu¹

1 Prof. Dr. İstanbul Galata Üniversitesi Sanat ve Sosyal Bilimler Fakültesi Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü
michaelkuyucu@gmail.com

ÖZET

GİRİŞ:

PANDEMİ KAVRAMI

Dünya Sağlık Örgütü'nün (WHO) tanımlamasıyla pandemi, bilinmeyen yeni bir hastalığın dünya çapında yayılmasıdır. Yeni bir hastalık yayılmaya başladığında insan vücudu bu yeni hastalığa neden olan bakteri ya da virüsü tanımadığından ve haliyle bu yeni bakteri ya da virüsle savaşacak doğal bağışıklığa sahip olmadığından, hastalığın insandan insana ve topluluklar arasında, hatta tüm dünyada aniden ve hızlı bir şekilde yayılması mümkündür. Doğal bağışıklığa sahip olunmaması nedeniyle birçok insan süreç içerisinde hastalanabilir ve hatta ölebilir.

Dünya Sağlık Örgütü, bir hastalığın yayılma şeklinin altı aşamasını açıklamıştır. Hastalığın bu aşamalara ne şekilde uyduğuna bağlı olarak yeni bir pandeminin ortaya çıktığını tüm dünyaya duyurmakla sorumludur. Dünya Sağlık Örgütü, bir salgının pandemiye dönüşme aşamalarını şu şekilde tanımlamaktadır (WHO, 2009):

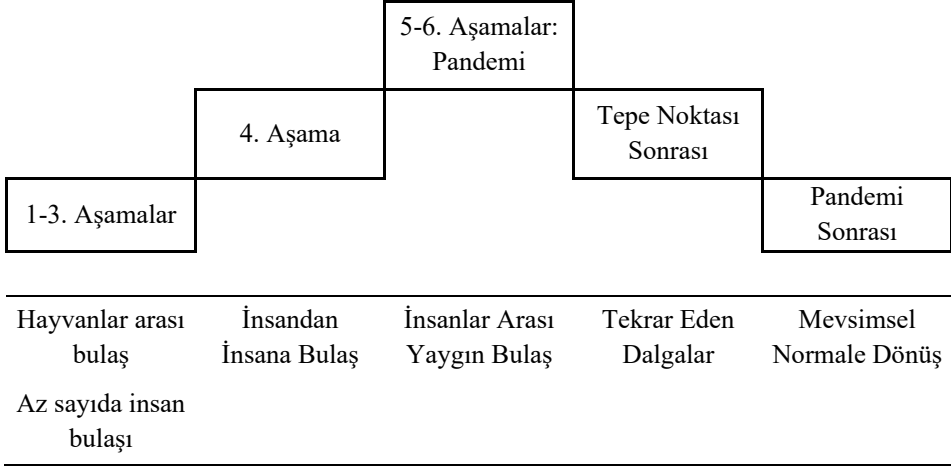
1. Aşama: Hayvanlar arasında yayılım gösteren, ancak insanlara bulaştığı gösterilmeyen virüslerin yarattığı hastalıklardır. İnsanlar açısından tehdit olarak görülmezler. Çok düşük salgın riski söz konusudur.
2. Aşama: Hayvanlar arasında yayılım gösteren ancak insanlara bulaştığı da gösterilmiş virüslerin yarattığı hastalıklardır. Bu yeni virüs bir tehdit olarak kabul edilir ve potansiyel olarak bir pandemi riski taşıdığı belirtilir.
3. Aşama: Hayvanlar arasında yayılım gösteren, ancak insanlara bulaştığı da gösterilen bir virüsün küçük bir insan popülasyonu arasında yayılım göstermeye başlamasıyla oluşan salgın hastalıklardır. Ancak virüsün insandan insana yayılma hızı, toplumsal bir salgına neden olmak için düşüktür. Bu durum, virüsün insanlar açısından potansiyel bir tehlike olduğuna, ancak pandemiye neden olma ihtimalinin düşük olduğuna işaret eder.
4. Aşama: Hayvanlar arasında yayılım gösteren, ancak insanlara bulaştığı da gösterilen bir virüsün, küçük bir insan popülasyonunu aşarak önemli sayıda insana, insandan insana olacak şekilde yayılım gösterdiği aşamadır. İnsanlar arasında görülen bu gibi bir bulaşın yüksek bir pandemi riski taşıdığı kabul edilir.
5. Aşama: Hayvanlar arasında yayılım gösteren, ancak insanlara bulaştığı da gösterilen bir virüsün önemli sayıda insan popülasyonunda insandan insana şekilde yayılmasının ardından virüsün en az iki farklı ülkede görülmeye başladığı aşamadır. Bu noktada virüsten yalnızca iki ülke etkilenmiş olsa da salgının pandemiye dönüşmesi kaçınılmazdır.

6. Aşama: Yeni virüsün iki farklı kıtada yer alan ülkede görüldüğü aşamadır.

Bu durum salgının küresel bir pandemiye dönüştüğünü gösterir.

Bu aşamalardan da görüldüğü üzere pandemiler yalnızca büyüme hızı ile değil hastalığın yayılım hızı ve şekliyle de tanımlanmaktadır. Bir pandeminin büyüme şeklini anlamak, sağlık görevlilerinin salgına hazırlanmasına yardımcı olmaktadır. Çünkü salgın hastalıklar aritmetik olarak değil geometrik olarak artış göstermektedir.

Şekil 1. Pandemi Aşamaları (WHO, 2009).



Salgın hastalık olan pandemi, dünya çapında insanları etkileyen, insandan insana bulaşan, uluslararası sınırları aşan bir ölçekte meydana gelen bir hastalığa işaret etmektedir. Ancak bir hastalık, yalnızca yaygın olduğu ya da yalnızca insanların ölümüne neden olduğu için pandemi olarak kabul edilmez. Bir hastalığın pandemi olarak kabul edilebilmesi için bulaşıcı olması da gereklidir. Örneğin kanser, yaygın bir şekilde görülmesine ve insanların ölümüne neden olmasına rağmen, insandan insana bulaşmadığı için pandemi olarak kabul edilmez. (Grennan, 2019:19)

2014 yılında Amerikan Hastalık Kontrol ve Önleme Merkezi (Centers for Disease Control and Prevention - CDC), pandemilerin ciddiyetini belirlemek üzere Pandemi Şiddet Değerlendirme Çerçevesi'ni (Pandemic Severity Assessment Framework - PSAF) benimsemiştir. Bu çerçevede hastalığın toplumun en az %30'una yayılan bir hastalık olması ve ölüm oranı değişkenlerini hesaba katan Pandemik Şiddet İndeksi terkedilmiştir (CDC, 2014). Her ne kadar tarihsel olarak ölüm oranı değişkeni salgın hastalıkların şiddetini belirlemede kullanılmışsa da ölümün hastalığa yakalandıktan birkaç hafta sonra gerçekleşmesi durumunda ölüm sayısının vaka sayısını birkaç hafta geriden takip etmesi durumu söz konusu olabilir. Bu da ölüm oranının gerçekte olduğundan

daha az olarak tahmin edilmesine yol açar. Ayrıca toplam vaka sayısı bilinmeyebilir, ki bu da ölüm oranının gerçekte olduğundan daha yüksek tahmin edilmesine yol açar. Ölüm oranını göz önünde bulundurmak, tüm nüfus için tek bir oranı dikkate almak anlamına gelir ki bu da yaş, cinsiyet, kronik hastalık olup olmadığı gibi birçok değişkeni göz ardı etmek anlamına gelir (Freitas, vd. , 2020:254).

Bu gerekçeler göz önünde bulundurularak PSAF, salgının şiddetinin değerlendirilmesinde iki boyutu dikkate almaktadır: Klinik Bulguların Ciddiyeti ve Enfeksiyonun Bulaşıcılığı. Çerçeve'ye göre Klinik Bulguların Ciddiyeti, ölümlerin hastaneye yatışlara oranı ile ölçümlenebilirken, Enfeksiyonun Bulaşıcılığı ise toplum bağışıklığı ya da enfekte bir hastanın kaç kişiyi enfekte edebildiğinin matematiksel modellemesi yardımı ile belirlenebilir (CDC, 2014).

PANDEMİ SÜRECİNİN YÖNETİMİ

Bir salgın pandemiye dönüştükten sonra salgını kontrol altına alabilmek için yönetilmesi gereklidir. Bir pandeminin yönetiminde kullanılabilecek iki temel stratejiler bulunmaktadır. Bunlar: Sınırlama ve Hafifletme (Etkilerin Azaltılması) (Moghadas, vd.,2009:102). Sınırlama stratejisi, temaslı izleme ve hastalığın toplumun geri kalanına yayılmasını önlemek için enfekte bireylerin izole edilmesi ve aşılar gibi etkili olabilecek önlemler de dahil olmak üzere salgının erken aşamalarında kontrol altına alınmasına yönelik önlemleri ifade etmektedir. Ancak salgının kontrolden çıktığı ya da çok hızlı yayılım gösterdiği durumlarda Hafifletme (Etkileri Azaltma) stratejisi kullanılabilir. *Hafifletme stratejisi* hastalığın yayılmasını kontrol altına almanın artık mümkün olmadığı durumlarda, hastalığın yayılmasını yavaşlatmak ve toplum ve sağlık sistemi üzerindeki etkilerini azaltmak için önlemlerin alındığı aşamadır. Çoğu durumda iki strateji birlikte kullanılmaktadır. (Bowman & McKenzie, 2020:48)

Salgın yönetiminin en önemli parçası logaritmik vaka sayısı eğrisinin düzleştirilmesine yönelik çabalardır. Bu, salgının sağlık sisteminin çökmesine neden olmasını engellemeye yönelik çabaları kapsamaktadır. Bu sayede aşı ve tedavi geliştirmek için zaman kazanılır. Öte yandan salgını polisiye önlemlerle bastırarak da kontrol altına almaya çalışmak mümkün olmakla birlikte bu durum önemli sosyal ve ekonomik maliyetleri beraberinde getirir. Baskılama stratejisinde haneler de dahil olmak üzere tam kapanma, şehirlerin hatta ana caddelerin abluka altına alınarak giriş çıkışlara kapatılması, dışarı çıkmak isteyenlere karşı sert ve tavizsiz müdahaleler gibi yöntemler kullanılır (Lipsitch, Riley, Cauchemez, Ghani, & Ferguson, 2009). Covid-19 salgının ilk görüldüğü günlerde Çin'de uygulanan bu strateji, önemli insan hakları ihlallerini de beraberinde getirmektedir.

DÜNYA TARİHİNDE YAŞANAN PANDEMİLER

İnsanlık tarihinde önce hayvanların evcilleştirilmesinden kaynaklanan, sonrasında insanlar ile hayvanların yaşam alanlarının birleşmesinden, en nihayetinde insanların aşırı yayılım göstererek hayvanların yaşam alanlarını kısıtlamasından kaynaklanan salgın hastalıklar görülmüştür. Bu noktada salgın hastalıkların tarihçesini incelemek yerinde olacaktır

Atina Veba Salgını (MÖ 429-426), tarihte bilinen ilk salgın hastalıktır. Yunanistan, Libya, Mısır ve Etiyopya'yı etkilemiştir. Muhtemelen tifüs kaynaklı bir salgındır. 75 ila 100 bin civarı ölüme neden olduğu tahmin edilmektedir. MÖ 412 yılında yine Yunanistan'ın kuzeyinde ortaya çıkan, bilinmeyen ancak yüksek ihtimalle grip salgını da yaşanmıştır.

Çiçek hastalığından kaynaklanan bilinen ilk salgın ise MS 165-180 yılları arasında Roma İmparatorluğu'nda görülen Antonin Vebasıdır. 5 ila 10 milyon arasında insanın hayatına mal olduğu tahmin edilmektedir. Kıbrıs Vebasısı da MS 250-266 yılları arasında çiçek hastalığından kaynaklanan birçok ölüme sebep olmuştur.

En yaygın kitlesel ölümlere neden olan bilinen ilk salgın ise Birinci Veba Salgını olarak da bilinen, Justinianus Vebasıdır. Avrupa'nın ve Batı Asya'nın neredeyse tamamında görülmüş, Avrupa nüfusunun neredeyse %60'ının ölümüne yol açmıştır. 100 milyona yakın insanın öldüğü tahmin edilmektedir. İlk salgın 541-549 yılları arasında görülmüş, sonrasında dalgalar halinde 747 yılına kadar sürmüştür.

Ardından İkinci Veba Salgını olarak da bilinen ve tarihte en çok bilinen salgınlardan biri olan Kara Veba Salgını ortaya çıkmıştır. 1346-1353 yılları arasında ilk dalgası görülen bu salgın Avrupa'nın tamamı, Kuzey Afrika ve Batı Asya bölgelerinde görülmüş, 75 ila 200 milyon arasında insanın ölümüne neden olmuştur. Bu salgın sırasında Avrupa nüfusunun neredeyse üçte ikisi hayatını kaybetmiştir. Hıyarcıklı Veba salgını olan bu salgın, neredeyse 400 yıl sürmüş, aralıklarla İngiltere'de (1592-1603) Almanya'da (1632-1635), İspanya'da (1647-1652, 1676-1685), Napoli'de (1656-1658), Amsterdam'da (1663-1664), Prag'da (1681), İskandinavya'da (1710-1712), Rusya'da (1770-1772), İran'da (1772-1773) ve hatta Çin'de (1633-1644) görülmüştür.

Bir medeniyetin tamamen yok olmasına neden olan salgın hastalıklar ise 1520'de (çiçek hastalığı- 5 ila 8 milyon ölüm, nüfusun %40'ı), 1545-1548'de (Salmonella bakterisi, 5 ila 15 milyon ölüm (Nüfusun %80'i) ve 1576-1580'de (Salmonella bakterisi, 2 ila 2,5 milyon ölüm, nüfusun %50'si) Meksika'da görülmüş, bu hastalıklar Azteklerin tarih sahnesinden silinmesine yol açmıştır. Amerika'nın keşfinin ardından başlayan kolonileşme faaliyetlerinde de Kuzey ve Güney Amerika'da ve sonrasında Avustralya'da sarıhumma, çiçek, hıyarcıklı

veba ve grip gibi hastalıklar yayılmış ve yerel halkın çok büyük bir bölümünün hayatını kaybetmesine neden olmuş, böylece kolonileşme hareketleri başarıya ulaşmıştır. Örneğin 1618-1619'da Massachusetts'te görülen çiçek hastalığı bölgedeki neredeyse tüm yerli nüfusun ölümüne neden olmuştur. 1780-1782 ve 1837-1838 çiçek hastalığı salgınları da Kızılderililerin nüfusunun yok olmasına neden olmuştur. Aynı durum 1789'da Avustralya'da Aborjinlerin, sonrasında Yeni Zelanda'da Maorilerin, başına gelmiş ve yerel halkın yarısından fazlasının ölümüne yol açmıştır.

Üçüncü Veba Salgını ise 1855 yılında Çin'de başlayarak Hindistan'a yayılmış ve ABD'ye ulaşmıştır. Pandemi, yılda 200 kişinin ölümüne neden olduğu 1960 yılına kadar Dünya Sağlık Örgütü tarafından aktif kabul edilmiştir. Salgının toplamda 12 ila 15 milyon insanın hayatına mal olduğu tahmin edilmektedir.

20. yüzyılda ise İspanyol Gribi (1918-1920) tüm dünyayı kasıp kavurmuştur. Dünya nüfusunun neredeyse yarısına (500 milyon) yayılan hastalık, yaklaşık 100 milyon kişinin ölümüne neden olmuştur. Birinci Dünya Savaşı'nda yaşanan kitlesel asker hareketleri, yetersiz beslenme, kimyasal silahların kullanılması gibi nedenler salgının yayılmasını hızlandırmıştır. İkinci Dünya Savaşı'nın ardından Asya Gribi (1957-1958), Hong Kong Gribi (1968-1969) ve Domuz Gribi (2009-2010) gibi pandemiler de milyonlarca insanın ölümüne yol açan pandemilerdir.

Öte yandan pandemiler her ne kadar yüz milyonlarca cana mal olsa da insanoğlunun pandemiye karşı zafer kazandığı hastalık da bulunmaktadır. Tarihsel süreçte yüz milyonlarca insanın ölümünden sorumlu olan Çiçek Hastalığı, Dünya Sağlık Örgütü'nün Aralık 1979'da yaptığı açıklamada belirttiği üzere dünyada tamamen ortadan kaldırılan ilk bulaşıcı hastalıktır. Ancak insanoğlunun halen mücadeleye devam ettiği sarıhumma, sıtma, tüberküloz, kızamık, tifüs, grip ve kolera gibi hastalıkların yeryüzünde halen bulunduğu ve her yıl milyonlarca ölümden sorumlu olduğu unutulmamalıdır.

Dünya Sağlık Örgütü'ne göre halen devam eden iki büyük pandemi (küresel salgın) bulunmaktadır. Bunlar HIV / AIDS ve Covid-19'dur.

HIV (Human Immunodeficiency Virus Infection – İnsan Bağışıklık Eksikliği Virüsü Enfeksiyonu) / AIDS (Acquired Immunodeficiency Syndrome – Edinilmiş Bağışıklık Eksikliği Sendromu), erken evrede grip benzeri bir hastalık olarak ilerleyen, sonrasında büyük lenf düğümleri, ateş, kilo kaybı gibi semptomlar görülen, ömür boyu süren, korunmasız anal / vajinal seks, doğum ve emzirme, iğne paylaşımı, steril olmayan kesme veya delme içeren tıbbi prosedürler ve iğne batması gibi nedenlerle bulaşan, kan testleri yardımıyla teşhis edilen retroviral bir hastalıktır. Hastalığın bilinen bir tedavisi ya da aşısı bulunmamaktadır. Ancak antiretroviral tedavi aracılığı ile hastalığın seyri yavaşlatılmaktadır. Tedavi ile normal bir yaşam süresi öngörülürken, tedavi

olmaksızın 11 yıllık bir yaşam süresi öngörülmektedir. İlk tanımlaması 1981 yılında yapılmıştır (Aslan, 2020:194).

Öte yandan HIV kaynaklı AIDS hastalığının Afrika kıtasının dışında kontrol altına alınmış olması, dolayısıyla hastalığın yalnızca Afrika kıtasını etkiliyor olması nedeniyle hastalığın pandemi değil epidemi düzeyinde olduğuna yönelik tartışmalar sürmektedir.

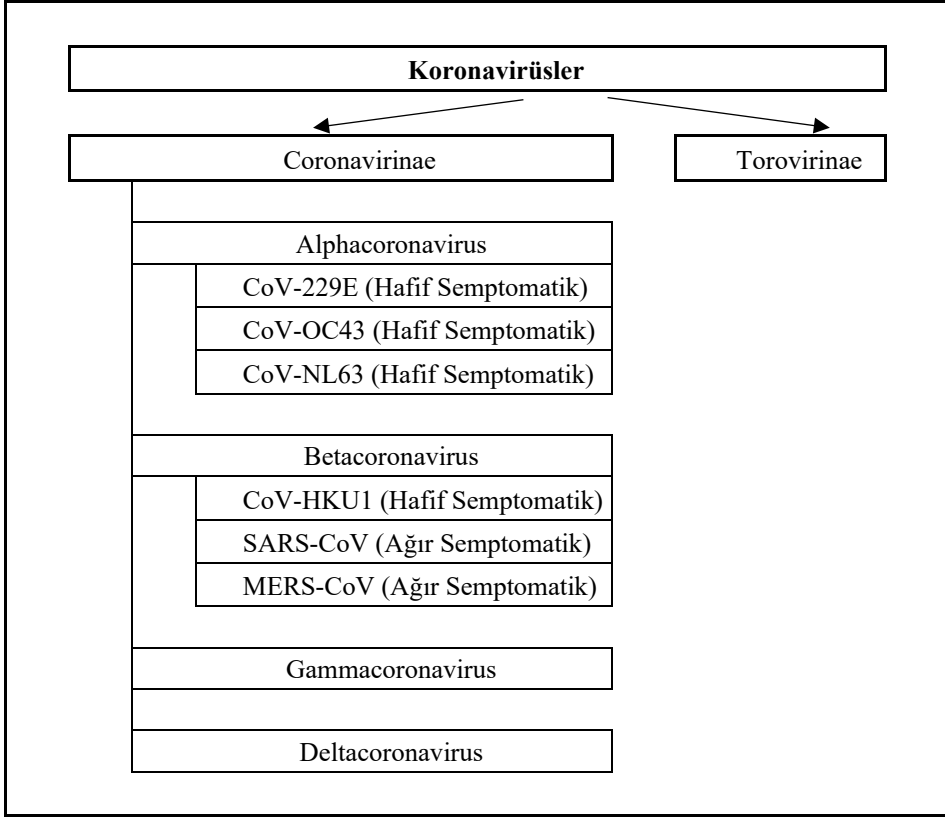
Dünya Sağlık Örgütü'nün HIV verileri uyarınca 2019 yılı itibariyle yaklaşık 38 milyon kişi halen HIV'li olarak yaşamını sürdürmektedir. Her yıl yaklaşık 1,7 milyon insan ise HIV'e yakalanmaktadır. 2019 yılında HIV ile bağlantılı olarak 690 bin ölüm kaydedilmiştir. Ayrıca HIV ile enfekte olan vakaların %68'i hayatını kaybetmektedir (WHO, 2020). Covid-19 ise Aralık 2019'da Çin'de ortaya çıkan koronavirüs kaynaklı bir pandemidir.

KORONAVİRÜSLERİN ORTAYA ÇIKIŞ VE PANDEMİYE GİDEN SÜREÇ

Üst solunum yolu enfeksiyonuna neden olan yaygın bir zoonotik patojen olan koronavirüsler (CoV) insanlarda ve hayvanlarda görülebilen bir virüs ailesinin genel adıdır. Günümüze kadar insanları enfekte edip soğuk algınlığı belirtilerine neden olan dört farklı koronavirüs türü ("CoV-229E", "CoV-NL63", "CoV-HKU1", "CoV-OC43") tanımlanmıştır. Kuş, yarasa, fare, sığır, kedi ve köpek gibi farklı hayvanların doku ve organlarına tutunabilen yaklaşık 30 koronavirüs türü bulunmaktadır. (Özsoy vd., 2015:381)

Koronavirüs kaynaklı olduğu düşünülen ilk vakanın, 1912'de Alman veterinerler tarafından ateş ve karında şişlik şikâyeti olan bir kedide görüldüğü raporlanmıştır. Modern anlamda koronavirüs ise ilk kez 1965 yılında insanlarda soğuk algınlığına neden olan ve taç benzeri yapıya sahip iki virüsün izole edilmesi ile tanımlanmıştır. İzole edilen bu virüslerin, hayvanlarda hastalık yapan virüsler ile aynı spike proteinine sahip olduğu belirlenmiştir. Koronavirüs ismi ise 1968'de izole edilen bu virüslerin elektron mikroskobu altındaki görüntüsünün incelenmesi ve virüslerin taç benzeri sivri protein çıkıntılarına sahip olduğunun görülmesi ile konulmuştur. Koronavirüsler, tek zincire sahip zarflı RNA virüsleridir ve memelileri ve kuşları enfekte ederek solunumsal, enterik, nörolojik ve hepatik hastalıklara yol açmaktadır (Tanrıverdi, vd., 2020:11). Koronavirüs ailesi ve virüsün alt kolları Şekil 2'de görülmektedir.

Şekil 2. Koronavirüs Ailesi Er ve Ünal'dan (2020) Derlenmiştir



Koronavirüsler, Coronaviridae familyasındaki Coronavirinae alt familyasına aittir ve insanları da enfekte edebilen koronavirüsler Şekil 2’de görüldüğü üzere Alphacoronavirus ve Betacoronavirus’tür. Evrimsel eğilim analizleri, alfa ve beta koronavirüslerin yarasa ve kemirgen, gama ve delta koronavirüslerin ise kuş orijinli olduğunu göstermektedir. Dört farklı tipteki koronavirüslerden yalnızca alfa ve beta koronavirüsleri insanları enfekte edebilmektedir. İnsanları da enfekte ettiği bilinen alfakoronavirüsler insanlarda hafif soğuk algınlığı semptomlarına yol açarken, insanları da enfekte eden betakoronavirüslerden CoV-HKU1’in insanlarda hafif semptomlara, SARS-CoV ve MERS-CoV ise ağır semptomlara yol açmaktadır (Tanrıverdi vd., , 2020:12).

2000’li yılların başında salgına neden olan SARS-CoV ve 2010’lu yılların başında salgına neden olan MERS-CoV, insanlar üzerinde ağır semptomlara neden olmuştur. Her iki koronavirüs de diğer koronavirüsler gibi zoonotik kökenlidir. SARS-CoV egzotik hayvanlardan, MERS-CoV ise develerden insanlara geçmiş ve bölgesel salgınlara (epidemi) neden olmuştur.

SARS-CoV epidemisi, 2002 yılının kasım ayında Çin'in Guangdong eyaletinde başlamış, Mart 2003'te Singapur ve Hong Kong'ta ağır pnömöni olgularına görülmesi üzerine Dünya Sağlık Örgütü tarafından dünyaya epidemi olarak duyurulmuştur. Salgın, dünya genelinde 29 ülkede görülmüş, teyit edilmiş 8096 vaka, 774 ölüm ve ölüm oranı da %7-17 olarak tespit edilmiştir. MERS-CoV epidemisi ise Eylül 2012'de tanımlanmış, 27 ülkeye yayılmış, teyitli 2492 vaka ve 858 ölüme neden olmuştur. 2020 itibarıyla MERS-CoV vakaları halen görülmektedir (Er ve Ünal, 2020:56).

2019 yılı aralık ayı içerisinde Çin'in Wuhan kentinde deniz ürünleri ve hayvan satışlarının yapıldığı bir pazar yerinde görülen 2019-nCov, bilinen yaygın adıyla Koronavirüs, Dünya Sağlık Örgütü tarafından 11 Şubat 2020 tarihinde tanımlanmış ve Covid-19 olarak isimlendirilmiştir. Covid-19, virüs ailesinin İngilizce karşılığı olan "Corona" kelimesinin ilk iki harfi, virüs kelimesinin İngilizce karşılığının ilk iki harfi, yine İngilizce 'deki hastalık anlamına gelen "disease" kelimesinin baş harfi ve son olarak 2019 yılı içerisinde görülmüş olması nedeniyle -19 olarak kodlanarak, "Covid-19" olarak isimlendirilmiştir (Demir vd., 2020:81).

2019 yılının sonunda ortaya çıkan koronavirüs salgınında virüsün genetik yapısı da dahil olmak üzere, bu hastalığın yeni tip bir koronavirüsten kaynaklandığını ortaya koyan ilk rapor 24.01.2020 tarihinde Zhu ve diğerleri (2020) tarafından sunulmuştur. Bu çalışmada üç ayrı vakadan temin edilen dört ayrı solunum örneğinde virüs izole edilmiş ve elektron mikroskobu altında viral genom sıralaması yapılmıştır. Hastalığa neden olan koronavirüsün, Betacoronavirus cinsinin Sarbecovirus alt cinsine ait olduğu, yapılan filo genetik analizde yarasa kökenli SARS-like CoV ile %86,9 oranında nükleotit benzerliğine sahip olduğu belirlenmiştir.

Aynı gün Huang ve diğerleri (2020) tarafından yayınlanan başka bir çalışmada ise laboratuvar onaylı 41 hastanın 27'sinin Huanan Deniz Ürünleri Pazarı ile temaslı oldukları ve en sık görülen belirtinin yüksek ateş olduğu (vakaların %98'i) belirlenmiştir. Bu çalışma, Covid-19'un çıkış noktasının belirlendiği ilk çalışmadır.

Zhu ve arkadaşları (2020) ve Huang ve ekibinin (2020) çalışmalarının ardından Chan ve arkadaşları (2020), Covid-19'un insandan insana yayılımını gösteren ilk çalışmayı yayınlamıştır. Bu çalışmada Huanan Deniz Ürünleri Pazarı ile herhangi bir teması bulunmayan ve herhangi bir vahşi hayvanı yemeyen altı kişilik bir aile incelenmiş, ailenin beş üyesinin Shenzen'den Wuhan'a seyahat ettikleri, Wuhan'da bir hastaneyi ziyaret ettikleri, ancak Wuhan'a seyahat etmeyip Shenzen'de kalan ailenin altıncı üyesinin, diğer beş aile üyesi Shenzen'e döndükten üç gün sonra bel ağrısı, halsizlik ve yüksek ateş şikayetlerinin

başladığı belirlenmiştir. Ailenin altıncı üyesinde de 2019-nCov tespit edilmiş, böylece Covid-19'un insandan insana bulaştığı belirlenmiştir.

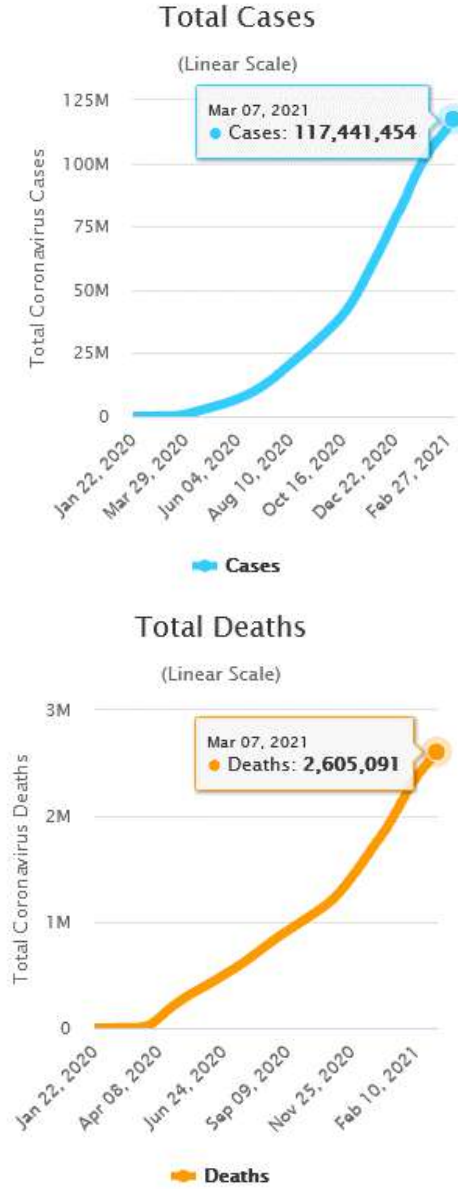
Salgının insandan insana bulaşması ile ilgili kapsamlı ilk çalışma Li ve diğerleri (2020) tarafından 29 Ocak 2020'de yayınlanmıştır. Bu çalışmada 425 laboratuvar onaylı Covid-19 hastası incelenmiş, 1 Ocak 2020 öncesinde tüm hastaların %55'inin Huanan Deniz Ürünleri Pazarı ile teması bulunurken, 1 Ocak 2020 sonrasında bu oranın %6'ya kadar düştüğü belirlenmiştir. Böylece salgının yayılmasında insandan insana bulaşmanın ana itici güç haline geldiği belirlenmiştir.

2019'un son günlerinde ortaya çıkan hastalığın Çin'in Wuhan kentinde hızlı bir şekilde yayılım göstermesi üzerine Çin tarafından sert önlemler alınmaya başlamış, 10 Ocak 2020 tarihinde Çin Halk Cumhuriyeti Hastalık Kontrol ve Koruma Merkezi tarafından virüsün genom sekansı dünya ile paylaşılmıştır. 15 Ocak 2020'de Çin'de acil yanıt seviyesi en yüksek seviye olan Seviye 1'e yükseltilmiş, 16 Ocak 2020'de vücut sıcaklığı 37,3 °C'den fazla olan kişilerin Wuhan'dan çıkışına kısıtlama getirilmiş, Wuhan kenti karantinaya ve Çin Ordusu tarafından abluka altına alınmıştır (Li, ve diğerleri, 2020). Covid-19 salgını, Dünya Sağlık Örgütü tarafından 11 Mart 2020 tarihinde "Pandemi", yani "küresel salgın" olarak sınıflandırılmıştır.

Covid-19 Pandemisi birinci yılını doldurduğu mart 2021 itibariyle tüm dünyada 117 milyon 441 bin 454 kişiye bulaşmış, toplamda 2 milyon 605 bin 91 kişinin ölümüne neden olmuştur.

Şekil 3. Tüm Dünyada Vaka ve Ölüm Sayılarında Görülen Artış Hızı

<https://www.worldometers.info/coronavirus/> (Erişim Tarihi: 08.03.2021).



ABD, pandeminin birinci yılında 29 milyon 697 bin 188 vaka ile tüm dünyada salgının merkezi konumunda iken, 537 bin 841 ölüm ile de tüm dünyada birinci sırada yer almıştır. ABD'yi 11 milyon 229 bin 398 vaka ile Hindistan ve 11 milyon 19 bin 344 vaka ile Brezilya takip etmiştir. Brezilya, 265 bin 500 ölüm ile ölümler açısından dünyada ikinci sırada yer almış. Türkiye ise 2 milyon 780 bin 417 vaka ve 29 bin 30 ölüm ile dokuzuncu sırada yer almıştır.

DÜNYADA COVID-19'A KARŞI ALINAN EKONOMİK ÖNLEMLER

Dünyada 117 milyon insana bulaşan ve 2,6 milyon insanın ölümüne neden olan Covid-19, dünya ekonomisini de ciddi ölçüde sekteye uğratmış, insanların geçim zorlukları yaşamalarına neden olmuştur. IMF'nin tahminlerine göre 2020'de %3,5 küçülen dünya ekonomisine paralel olarak tüm dünyada hükümetler ve merkez bankaları, Covid-19'un neden olduğu krize karşı koyabilmek için ardı ardına pandemiden zarar görenleri rahatlatabilmek için kapsamlı önlem paketlerini devreye sokmuştur. Bu bölümde bu önlem ve önlemlerin etkilerine yer verilmiştir.

Çin'de Alınan Önlemler

Salgının çıkış noktası olarak en hızlı önlem alan ülke doğal olarak Çin olmuştur. Çin'in merkez bankası konumundaki Çin Halk Bankası (PBOC), ilk olarak faiz oranlarını indirmiştir. Bir ve beş yıllık tahvillerin gösterge faiz oranları önce 16 Şubat 2020'de, sonrasında 19 Nisan 2020'de olmak üzere iki kez indirilmiştir. Bir yıllık tahvillerin faiz oranı %4,15'ten %3,85'e, beş yıllık tahvillerin faizleri ise %4,80'den %4,65'e indirilmiştir. Böylece kredi muslukları açılmış, kredilerin faizleri yıllık %3,25'ten %2,95'e gerilemiştir. 29 Mart 2020'de yedi günlük repoların faiz oranını %2,40'tan %2,20'ye çekmiştir. 17 Haziran 2020'de ise 14 günlük reponun faiz oranını %2,55'ten %2,35'e çekmiştir. Alınan bu önlemler sonucunda, 11 Haziran 2020 itibarıyla piyasaya yaklaşık 650 milyar \$'lık likidite enjekte edilmiştir. PBOC ayrıca, özellikle mikro, küçük ve orta ölçekli firmalara ve tarım sektörüne olan kredileri artırmak için 11 Haziran 2020 itibarıyla 254 milyar \$'lık bir kredi imkanı tanımıştır. 13 Mart'ta zorunlu karşılıklar düşürülerek 79 milyar \$'lık bir kredi imkanını daha piyasaya sunmuştur. Ayrıca 25 Mayıs 2020'de zorunlu karşılıklar bir kez daha indirilmiştir. (Lee, 2020:50-51) (Reuters, 2020a)

Çin Hükümeti ise Mart 2020 itibarıyla yönetsel önlemler de almaya başlamıştır. Tüketim harcamalarının kısılmaması için ön ödemeli kartlar, işyeri kiralari ve işletme kredilerinin ertelenmesi, otomobil alımlarına sübvansiyonlar, bireysel kredilerin ertelenmesi gibi önlemler alınmıştır. (Wang, 2020). 22 Mayıs 2020'de 506 milyar \$'lık ilk büyük paket açıklanmıştır. Bu pakette 2007 yılından bu yana ilk kez özel hazine bonolarının ihraç edilmesine izin verilmiş ve özel tahvillerin limiti artırılmıştır. Pakette ayrıca yerel yönetimlerin vergi kesintilerini durdurması için finansman olanağı bulunmaktadır (Tang, 2020:128)

Kasım 2020'de 732 milyar \$'lık bütçe dışı destek ve 198 milyar \$'lık KOBİ'lere yönelik kredi garantileri yolu ile fon bütçesi duyurulmuştur. Bu

pakette işsizlik ödemelerinin artırılması ve sosyal güvenlik vergisinin indirimi gibi rahatlatıcı önlemlere yer verilmiştir. (IMF, 2021)

Japonya’da Alınan Önlemler

Japonya’da pandemi öncesinde de ekonomik açıdan durgunluk hâkim iken pandemi ile birlikte var olan sorunlar derinleşmiştir. Japonya Merkez Bankası, 16 Mart 2020’de ilk büyük teşvikleri devreye almış ve borsa yatırım fonlarını satın alımlarını 112 milyar \$’a yükselterek ilk büyük parasal genişleme hamlesini yapmıştır (Bank of Japan, 2020a). Ayrıca aynı gün virüsten zarar gören işletmelere yönelik sıfır faizli kredi programı devreye alınmıştır. Japonya Merkez Bankası, 27 Nisan 2020’de ise ikinci büyük teşvik paketini açıklamış, merkez bankasının şirket bonolarını satın alma üst limitini artıracığını ve 187 milyar \$’lık alım yapacağını belirtmiştir (Bank of Japan, 2020b). 22 Mayıs 2020’de KOBİ’lere yönelik sıfır faizli kredi imkanını artırmak ve KOBİ’lere kullandırılmak üzere finans kuruluşlarına 1 yıl vadeli sıfır faizli kredi imkânı getirilmiştir (Bank of Japan, 2020a). Haziran 2020’de ise Japonya Merkezi Bankası tarafından 1 trilyon \$’lık likidite imkanı getirileceği açıklanmıştır.

Japon hükümeti ise Şubat 2020’de 4,6 milyar \$’lık ilk küçük işletme kredisi imkanını getirmiş, 11 Mart 2020’de 15 milyar \$’lık ikinci paket açıklanmıştır (Asia Times, 2020). 7 Nisan 2020’de ise 989 milyar \$’lık üçüncü paket açıklanmıştır. Bu pakette her Japon vatandaşı için 930 dolarlık bir ödeme de öngörülmüştür. Pakette ayrıca vergi ertelemeleri için 241 milyar \$’lık finansman imkânı yer almıştır. (KyodoNews, 2020) (Kihara & Leussink, 2020). 27 Mayıs 2020’de 1,1 trilyon \$’lık dördüncü teşvik paketi açıklanmış, KOBİ’ler için kira yardımları, sağlık çalışanlarına bir seferlik nakdi ödeme, salgından etkilenen sektörlerle doğrudan yardımlar, olası ikinci dalga için 93 milyar \$’lık acil durum fonu gibi önlemler yer almıştır (Yamaguchi, 2020).

AB’de Alınan Önlemler

Avrupa Merkez Bankası, diğer önlem alan ülkelerin aksine, faiz oranlarının zaten 0 olması nedeniyle faiz enstrümanını kullanamamış, bu nedenle farklı araçlara yönelmek durumunda kalmıştır. Bu bağlamda gösterge faiz oranları aynı kalmış, 12 Mart 2020’de uzun vadeli krediler için yeniden finansman işlemleri için (TLTRO III) faiz oranını düşürmüştür (European Central Bank, 2020). Böylece kredi verme gereksinimleri hafifletilmiş, ancak likidite sabit tutulmuştur. 30 Nisan 2020’de TLTRO III için faiz oranları ikinci kez indirilmiş, ek likidite sağlayabilmek için PELTROs (Pandemi Acil Uzun Dönemli Refinansman Operasyonları) adı altında program açıklanmıştır (ECB, 2020a).

Avrupa Merkez Bankası (ECB), Euro cinsinden finansman için yeterli Euro bulunmasını sağlamak üzere Euro kullanmayan Danimarka, Hırvatistan, Bulgaristan ve Romanya merkez bankaları ile para takasını etkinleştirmek üzere Eurosystem Repo Olanağı (EUREP- Eurosystem repo facility for central banks) devreye alınmıştır (ECB, 2020b).

ECB, 12 Mart 2020’de 128 milyar \$’lık ek tahvil alımı açıklamış, 19 Mart 2020’de ise 800 milyar \$’lık Pandemi Acil Satın Alma Programı’nı (PEPP) duyurmuştur (ECB, 2020a). 4 Haziran 2020’de ECB, PEPP’i 680 milyar \$ daha artırarak 1,5 trilyon \$ düzeyine yükseltmiştir. 10 Aralık 2020’de PEPP programının 605 milyar \$ daha artırılarak toplamda 2,24 trilyon \$’a genişletileceği açıklanmıştır (ECB, 2020b). Ayrıca likidite artışı sağlamak üzere 12 Mart 2020’de zorunlu karşılıklar düşürülmüş, 7 Nisan 2020’de yeniden finansman için teminat kullanılabilir varlıkların kapsamını genişletmiştir. Teminat olarak kullanılabilir varlıkların kapsamının genişletilmesi uygulaması 10 Aralık 2020’de yapılan açıklama ile 22 Haziran 2021’e uzatılmıştır.

Avrupa Birliği, aynı zamanda her üye ülke hükümetinin kendi önlem paketlerini açıklaması yerine AB tarafından ihraç edilen tahviller yolu ile finanse edilen mali teşvik paketini 27 Mayıs 2020’de açıklamıştır. 860 milyar \$’lık bu paketin 450 milyar \$’lık kısmı hibe, 410 milyar \$’lık kısmı ise krediyi içermektedir (Stevis-Gridneff, 2020:165). Paket, Polonya ve Macaristan’ın vetosu üzerine ancak 9 Aralık 2020’de hayata geçirilebilmiştir. Bu süre zarfında AB ülkeleri kendi mali önlemlerini almaya çalışmıştır. Örneğin Almanya, 23 Mart 2020’de 432 milyar \$’ı kredi garantisi 108 milyar \$’ı yeniden finansman kredisi olmak üzere toplam 650 milyar \$’lık Ekonomik İstikrar Fonu açıklamıştır (FMEAE, 2020). Ayrıca KOBİ’ler ve serbest çalışanlar için acil durum desteği, aşı araştırmaları ve diğer halk sağlığı önlemleri için destekler, çocuk bakım yardımları serbest meslek sahipleri için sosyal yardıma erişim gibi önlemleri içeren 168 milyar \$’lık bir ek bütçe açıklamıştır (FMF, 2020). 3 Haziran 2020’de toplam 146 milyar \$’lık KDV indirimi (22,5 milyar \$), çocuk başı 337 dolarlık ödeme, sosyal güvenlik destekleri, vergi indirimleri, virüsten etkilenen işletmelere 28,1 milyar \$’lık yardım, kültürel kuruluşlar, yerel yönetimler ve okullara toplamda 43,8 milyar \$’lık yardım gibi önlemleri içeren bir paket daha açıklamıştır (Reuters, 2020b).

Fransa’da 17 Mart 2020’de 49 milyar \$’lık bir yardım paketi açıklanmıştır. Bu paket 15 Nisan’da 119 milyar \$’a, 10 Haziran 2020’de 154 milyar \$’a yükseltilmiştir. Pakette serbest meslek sahiplerine doğrudan ödeme, KOBİ’ler için kira ve vergilerin ertelenmesi, işsizlik yardımlarının uzatılması gibi konular yer almıştır. 13 Mayıs 2020’de 323 milyar \$’lık işletme kredileri için kredi

garantisi programı açıklanmıştır. 3 Eylül 2020’de 118,4 milyar \$’lık, 29 Ekim 2020’de ise 237 milyar \$’lık paketler açıklanmıştır (France24, 2020) (Braun, 2020).

İtalya’da 16 Mart 2020’de kabaca 27 milyar \$’lık bir paket açıklamıştır. Pakette sağlık ekipmanları satın alımı, işsizlik yardımları, ebeveyn yardımları, ek sağlık personeli istihdamı ve fazla mesai ücretleri yer almıştır. İkinci teşvik paketi ise 6 Nisan 2020’de açıklanmış, toplamda 432 milyar \$’lık kredi garantisini içermiştir. 13 Mayıs 2020’de ise çalışanlar için nakdi yardımlar, vergi indirimleri, tahvil alımı gibi unsurları içeren 59,6 milyar \$’lık yeni bir paket daha açıklanmıştır (MEF, 2020).

İngiltere’de Alınan Önlemler

İngiltere, AB üyesi iken dahi kendi merkez bankası olan bir ülke olarak salgın döneminde de kendi önlemlerini almıştır. İngiltere Merkez Bankası (Bank of England – BoE), 11 Mart 2020’de %0,75’ten %0,25’e ve 19 Mart 2020’de %0,25’ten %0,10’a olmak üzere iki kez faiz indirimine gitmiştir (BoE, 2020a).

19 Mart 2020’de BoE, 246 milyar \$’lık tahvil alımları yolu ile parasal genişleme önlem paketini açıklamıştır. 18 Haziran 2020’de tahvil alımları yolu ile parasal genişleme imkanını 124 milyar \$ daha, 5 Kasım 2020’de ise 197 milyar \$’a artırmıştır. (BoE, 2020). 11 Mart 2020’de KOBİ’ler için Vadeli Finansman Programı duyurulmuş, bu programda bankalar için KOBİ’lere verdikleri kredilerde merkez bankası teminatı imkanı getirilmiş ve 15 Nisan 2020 itibariyle program başlamıştır (BoE, 2020b). 17 Mart 2020’de özel tahvil alımlarındaki üst limit kaldırılmıştır. Ayrıca 11 Mart 2020’de BoE, bankaların şoklara karşı rezerv olarak tutması zorunlu sermaye uygulamasını kaldırarak 390 milyar \$’lık bir finansman imkanı yaratmıştır (BoE, 2020c).

İngiliz hükümeti de bir önlem paketi açıklamıştır. 11 Mart 2020’de perakendeciler için vergi indirimi, KOBİ’ler için nakdi bağışlar, serbest çalışanlar için devlet yardımlarına genişletilmiş erişim gibi imkanları içeren 37 milyar \$’lık ilk paket açıklanmıştır (Partington & Mason, 2020:51). 17 Mart 2020’de ise 379 milyar \$’lık işletme kredileri ve kredi garantilerini içeren ikinci paket açıklanmıştır. Pakette ayrıca perakende sektörü ve otel işletmeleri için kurumlar vergisi indirimlerini finanse etmek üzere 23 milyar \$’lık bir bütçe de yer almıştır (HM Treasury, 2020a).

20 Mart 2020’de işten çıkarmaları engellemek amacıyla maaşların %80’i devlet tarafından ödeneceği (yaklaşık 95 milyar \$), yoksul ve işsizler için 8,5 milyar \$’lık yardım, 36,6 milyar \$’lık KDV indirimi gibi önlemler içeren üçüncü paket açıklanmıştır (HM Treasury, 2020b). 26 Mart 2020’de dördüncü paket

olarak yıllık geliri en fazla 61 bin \$ olanlara yönelik yaklaşık 3 bin \$'lık bir nakit hibe desteği açıklanmıştır (HM Treasury, 2020c). 8 Temmuz 2020'de ise 37,6 milyar dolarlık beşinci paket açıklanmıştır (Ziady, 2020).

Londra Ticaret Müşavirliği'nden edinilen bilgiler doğrultusunda Birleşik Krallık Maliye Bakanı tarafından açıklandığı üzere, 2021 mali yılı bütçesi 1,053 milyar £ olarak öngörülmektedir. Yapılan açıklamaya göre ülke ekonomisi 2020'de %10 küçülmüştür. Ekonominin 2021'de toparlanması ve %4 büyümesi öngörülmektedir. Ekonominin 2022'de %7,3 büyümesi ve 2022 ortasına kadar Covid-19 salgını öncesi seviyelere dönmesi beklenmektedir. Pandeminin başlangıcından bu yana 700.000 kişinin işsiz kaldığı belirtilmektedir. Birleşik Krallık'ın, bu yıl 355 milyar sterlin borçlanması ve 2021-22'de toplam 234 milyar sterlin borçlanma olması beklenmektedir. Birleşik Krallık'ın aşı uygulamasını desteklemek için 1,65 milyar sterlin ve İngiltere'nin aşı testi kapasitesini artırmak için 50 milyon sterlin bütçe ayrılmıştır. İş Koruma Programı Eylül ayına kadar uzatılmıştır. Program kapsamında devlet, çalışamayan saatler için çalışanların ücretlerinin %80'ini (en çok 2500 £'e kadar) ödemeye devam edecektir. Ancak İşverenlerin temmuz ayında %10, Ağustos ve Eylül aylarında ise %20 katkı yapmaları istenmektedir. Serbest meslek sahiplerine sağlanan mevcut destekler Eylül ayına kadar uzatılmıştır.

Brezilya'da Alınan Önlemler

Brezilya'da mali harcamalar için katı yasal sınırlamalar vardı. İlk etapta yasal sınırlamalar dahilinde yardımlar yapılmaya çalışılmışsa da genişlemeyi sağlayacak yasal değişikliklerin yapılması zorunlu hale gelmiş, bu nedenle de hükümetin mali harcamaları için yasal düzenlemelere gidildikten sonra yardımlar yapılmaya başlanabilmektedir. 20 Mart 2020'de Brezilya hükümetinin resmi olarak Felaket Durumu ilan etmesi ile birlikte hükümete harcamaları aşma yetkisi verilmiştir (Bullard, vd., 2020:177). 20 Mart öncesinde ise yasal sınırlamalar nedeniyle yardımlar ve önlemler çok düşük seviyede yapılabilmektedir.

Brezilya Merkez Bankası (BCB), ilk olarak gösterge faiz oranlarını düşürerek önlem almaya başlamıştır. Bu kapsamda 18 Mart 2020'de gösterge faiz oranını %4,25'ten %3,75'e, 6 Mayıs'ta %3,0'a, 17 Haziran'da %2,25'e ve 5 Ağustos'ta %2'ye düşürmüştür (MarcoPress, 2020) (BCB, 2020a) (BCB, 2020b). Ayrıca 26 Mart 2020'de zorunlu karşılıkları düşürerek ve repo operasyonları genişletilerek piyasalara 227 milyar \$'lık bir ek likidite imkânı sağlamıştır (BCB, 2020c). 27 Mart'ta ise bankaların küresel şoklara karşı zorunlu olarak ayırdığı sermaye tamponunu kaldırmış ve refinansman kredisi imkânı yaratmıştır (BCB, 2020a).

Brezilya hükümeti ise 16 Mart 2020'de 30 milyar \$'lık bir paket açıklamışsa da bu tutarı ek olarak değil, bütçenin içerisindeki diğer kalemleri kısarak oluşturmuştur (Ayres, 2020). 18 Mart 2020'de kendi hesabına çalışanlar ile kayıt dışı çalışanlara üç ay boyunca önce aylık 40 \$, sonrasında 120\$'lık ödemenin yapılacağı bir paket açıklamıştır. Bu paket, kabaca 24 milyon kişi için 9 milyar \$'lık bir ödemeyi kapsamıştır (Bullard, vd. , 2020: 73).

20 Mart sonrasında Brezilya hükümeti ilk büyük paketini 24 Mart 2020'de açıklamış ve 11 milyar \$'lık ek likidite paketini devreye almıştır. 23 Mart'ta sağlık hizmetleri için ek finansmanı içeren 8,7 milyar \$'lık bir paket de devreye alınarak sağlık sisteminin aktörlerine moral verilmiştir. 27 Mart 2020'de çalışanların işten çıkarılmaması için 8 milyar \$'lık bir ücret desteği açıklamış, 20 Nisan 2020'de ise KOBİ'ler için 1,3 milyar \$'lık bir kredi limiti açıklanmıştır. Haziran ayında 6,4 milyar \$ büyüklüğünde KOBİ'ler için işletme kredileri ve kredi garantilerini içeren, 24 Temmuz'da ise işçi kıdem tazminatı ve sosyal güvenlik ödemelerini içeren 7,5 milyar \$'lık bir fonu serbest bırakmıştır (Bullard, vd. , 2020: 86).

Türkiye'nin Sao Paulo Ataşeliğinden edinilen bilgilere göre Brezilya'da 2020 yılı ortalama işsizlik oranı %13,5 seviyesinde gerçekleşti, bu oran 13,4 milyon kişinin işsiz olduğunu ifade ediyor. Söz konusu oran, 2012 yılından bu yana görülen yıllık en yüksek ortalama işsizlik oranı oldu. Böylece istihdam edilen kişi sayısı 93,4 milyon kişiden 86,1 milyon düştü. 2020 yılında çalışabilecek durumdaki nüfusun yalnızca %49,4'ünün istihdam edildiği açıklandı. Çalışan nüfusun ortalama kişi başı geliri ise 2019 yılına kıyasla %4,7 artarak 2.543 Real (457 \$) oldu. Diğer taraftan, Brezilya Ekonomi Bakanlığı tarafından, hükümetin Covid-19'un ekonomik etkileriyle mücadele kapsamında alınan önlemlerle ilave 11 milyon kişinin istihdamının korunduğu açıklanmıştır.

ABD'de Alınan Önlemler

ABD'de 3 Mart 2020'de Amerikan merkez bankası Federal Rezerv, hedef faiz oranlarını %1,75'ten %1,25'e çekmiştir. 15 Mart'ta ise %0,25 aralığına kadar çekerek 700 milyar \$'lık bir genişleme programının fitilini ateşlemiştir. 17 Mart'ta ise 1 trilyon \$'lık tahvil alımı programı başlatmıştır.

ABD'de Mart 2020'de 2,4 trilyon \$'lık bir yardım paketi, Senato'da oybirliği ile onaylanmıştır. Yardım paketi, her ABD vatandaşına kişi başı 1200 \$ çek, küçük ölçekli işletmelere hızlı şekilde yardım ve holdinglere milyar dolarlık kredileri içermiştir.

Aralık 2020'de ise 900 milyar \$'lık yeni bir paket yürürlüğe alınmıştır. Pakette zor durumdaki işletmeler için mali yardım ve işsizlik yardımları öngörülmektedir. Ekonomik destek paketinde, ABD vatandaşlarına 600 \$ doğrudan ödeme

yapılması, haftalık işsizlik yardımlarına 300 \$ ilave yapılması, küçük işletmelere 284 milyar \$ kaynak ayrılması, hava yolu şirketleri, okul ve üniversitelere destek sağlanması gibi düzenlemeler bulunuyor.

Son olarak 1,9 trilyon \$'lık üçüncü yardım paketi ise 6 Mart 2021'de Senato'da onaylanmış, yardım paketi ile her ABD vatandaşına bir seferlik 1.400\$'lık yardımın yanı sıra aylık 300 \$'lık federal işsizlik yardımı uygulamasının yaz sonuna kadar devam edeceği açıklanmıştır. Yardım paketinde ayrıca aşı dağıtımından eğitime, düşük gelirli ailelere vergi indiriminden kira ve gıda yardımlarına kadar birçok kalem yer almaktadır.

Türkiye’de Alınan Önlemler

Türkiye’de Merkez Bankası tarafından 17 Mart 2020’de politika faiz oranı 100 baz puan indirilerek %9,75’e indirilmiştir. 18 Mart 2020 tarihinde Ekonomik İstikrar Kalkanı adı altında 100 milyar TL’lik bir kaynak paketi devreye alınmıştır. Bu çerçevede alınan ekonomik tedbirler aşağıdaki gibi gerçekleşmiştir:

- ✓ Yurt genelinde yürütülmekte olan tüm icra ve iflas takiplerinin (nafaka alacaklarına ilişkin icra takipleri hariç) 30 Nisan 2020 tarihine kadar durdurulmasına ve bu çerçevede taraf ve takip işlemlerinin yapılmamasına, yeni icra ve iflas takip taleplerinin alınmamasına ve ihtiyati haciz kararlarının icra ve infaz edilmemesine karar verilmiştir.
- ✓ Perakende, AVM, Demir-Çelik, Otomotiv, Lojistik-Ulaşım, Sinema-Tiyatro, Konaklama, Yiyecek-İçecek, Tekstil-Konfeksiyon ve Etkinlik-Organizasyon sektörleri için Muhtasar ve KDV tevkiyatı ile SGK primlerinin Nisan, Mayıs ve Haziran ödemelerinin 6’şar ay ertelenmesi.
- ✓ Konaklama vergisinin Kasım ayına kadar uygulanmaması.
- ✓ Otel kiralamalarına ilişkin irtifak hakkı bedelleri ve hasılat payı ödemelerinin Nisan, Mayıs ve Haziran ayları için 6 ay süreyle ertelenmesi.
- ✓ İç havayolu taşımacılığında 3 ay süreyle KDV oranının yüzde 18’den yüzde 1’e indirilmesi.
- ✓ KOVİD-19 salgınıyla ilgili tedbirlerden etkilendiği için nakit akışı bozulan firmaların bankalara olan kredi anapara ve faiz ödemelerinin asgari 3 ay ötelenmesi ve gerektiğinde bunlara ilave finansman desteği sağlanması.
- ✓ İhracattaki geçici yavaşlama sürecinde kapasite kullanım oranlarının korunması amacıyla ihracatçıya stok finansmanı desteği verilmesi.
- ✓ Bu dönemde işlerinin olumsuz etkilendiğini beyan ederek talepte bulunan esnaf ve sanatkârların Halkbank’a olan kredi borçlarının, Nisan, Mayıs ve Haziran anapara ve faiz ödemelerinin 3 ay süreyle ve faizsiz olarak ertelenmesi.

- ✓ Kredi Garanti Fonu limitinin 25 milyar liradan 50 milyar liraya çıkartılması, kredilerde önceliği gelişmelerden olumsuz etkilendiği için likidite ihtiyacı oluşan ve teminat açığı bulunan firmalar ile KOBİ'lere verilmesi.
- ✓ Vatandaşlar için uygun ve avantajlı şartlarda sosyal amaçlı kredi paketleri devreye alınmasının teşvik edilmesi.
- ✓ 500 bin liranın altındaki konutlarda kredilendirilebilir miktarı yüzde 80'den yüzde 90'a çıkartılması, asgari peşinatın yüzde 10'a düşürülmesi.
- ✓ Virüsün yayılmasına karşı alınan tedbirlerin etkisiyle Nisan, Mayıs ve haziran aylarında temerrüde düşen firmaların kredi siciline "mücbir sebep" notu düşülmesinin sağlanması.
- ✓ Stopaj gibi kaynağında yapılan kesintilerin ödemelerini içeren muhtasar beyannamelerin sürelerinin 3 ay ertelenmesi.
- ✓ Asgari ücret desteğinin devam ettirilmesi.
- ✓ Mevzuattaki esnek ve uzaktan çalışma modellerinin daha etkin hale getirilmesinin temin edilmesi.
- ✓ Kısa Çalışma Ödeneğinin devreye alınması, bundan faydalanmak için gereken süreçlerin kolaylaştırılması ve hızlandırılması. Böylece faaliyetine ara veren işyerlerindeki işçilere geçici bir gelir desteği verilirken, işverenlerin de maliyeti azaltılmış olacak.
- ✓ En düşük emekli maaşının 1.500 liraya yükseltilmesi.
- ✓ Emeklilerin bayram ikramiyesinin Nisan ayı başında ödenmesi. Yine emeklilerin maaş promosyon ödemelerinin de, şubelere gitmelerine gerek kalmaksızın, doğrudan hesaplarına yatırılmasının sağlanması.
- ✓ Aile, Çalışma ve Sosyal Politikalar Bakanlığının belirlediği kriterlere göre ihtiyaç sahibi ailelere yapılacak nakdi yardımlar için ilave 2 milyar liralık bir kaynak ayrılması.
- ✓ İstihdamdaki sürekliliğin temin edilmesi amacıyla 2 aylık telafi çalışma süresinin 4 aya çıkartılması.
- ✓ Küresel tedarik zincirlerindeki aksama ihtimaline karşı hem üretimde hem de perakende de belirlenen önceliklere göre alternatif kanallar geliştirilmesi.
- ✓ Tek başına yaşayan 80 yaş üstü yaşlılar için, sosyal hizmet ve evde sağlık hizmetlerinden oluşan periyodik takip programının devreye alınması.
- 25 Mart tarihinde şubat ayı yükümlülüklerine ilişkin KDV beyannamelerinin verilme süreleri ertelenmiştir. 30 Mart'ta çeşitli konularda ek önlemler açıklanmıştır. Buna göre;
- ✓ 2 milyondan fazla vergi mükellefinin 54 milyar lirayı bulan muhtasar, KDV ve prim ödemeleri altı ay süreyle ertelendi. Nakit akışı bozulan

KOBİ'ler ve diğer firmalara mevcut kredilerinin altı aya kadarı ödemesiz olmak üzere 12 aya kadar ilave süre tanınması sağlandı.

- ✓ Tüm kurumsal ve ticari firmalara işletme sermayesi desteği için altı ayı ödemesiz 36 ay vadeli ve yıllık yüzde 7,5 maliyetli kredi imkânı getirildi.
- ✓ Esnafların hem Nisan, Mayıs, haziran ayı ödemeleri faizsiz ötelendi hem de yüzde 4,5 maliyetli 36 aya kadar vadeli bir kredi paketi hayata geçirildi.
- ✓ Personel maaşlarını kamu bankalarından ödeyen firmalara istihdamı azaltmamaları şartıyla önümüzdeki 3 aylık personel gideri kadar ilave likit sağlandı.
- ✓ Kredi Garanti Fonu'nun limiti 50 bin liraya ve toplam kapasitesi de 850 bin, kredi talebini karşılayacak şekilde 450 milyar liraya yükseltildi.
- ✓ Reeskont kredilerinin geri ödemeleri 90 gün daha uzatılarak 50 milyar liralık bir kaynak ihracatçıların kullanımına sunuldu.
- ✓ Sosyal yardım programlarıyla kayıtlı 2 milyon haneye biner lira nakit yardımı yapılıyor.
- ✓ Kısa çalışma ödeneğinin şartları kolaylaştırıldı.
- ✓ En düşük emeklilik maaşı bin 500 liraya yükseltildi. Emeklilerin bayram ikramiyesi öne çekildi.
- ✓ Asgari ücret desteği yaygınlaştırıldı.
- ✓ Sosyal yardımlaşma ve dayanışma vakıflarının ödenekleri artırıldı.
- ✓ Yükseköğrenim yurtlarında kalan öğrencilerden Mart ayında yurttan kalmadıkları günlerin ücretleri iade edilecek, Nisan, Mayıs ve Haziran ayları için de ücret alınmayacak. Öğrencilerin kredi ve burs ödemelerinde de herhangi bir kesinti yapılmayacak.
- ✓ Öğrencilerin kredi geri ödemeleri Nisan, Mayıs ve haziran ayı için ilave bir maliyet yansıtılmadan ertelenebilecek. Hâlen 41 ilimizdeki yükseköğrenim yurtlarında yurt dışından gelen 21 bin 500 vatandaş 14 günlük karantina kuralına göre misafir ediliyor.
- ✓ Sağlık personellerine 6 milyar liralık ilave bir destekle performans ödemeleri de en üst tavadan yapılıyor. Sağlıkçıların her birine TÜRKSAT üzerinden 100'er GB ücretsiz internet kotası veriliyor.
- ✓ Bu dönemde yoğun talebi olan bakliyat, makarna, temizlik malzemesi, yağ gibi ürünlerin üretimlerinde üç katına varan artışlar sağlandı. Gerektiği takdirde bu kapasitelerin çok daha fazla artırılabilir olduğu ifade edildi.
- ✓ Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı 'Biz Bize Yeteriz Türkiye'm' adıyla milli dayanışma kampanyasını başlattı. Kampanya için yardım hesabı açıldı.

14 Aralık 2020’de iş yeri kira olan esnafa üç ay süreyle büyükşehirlerde aylık 750 lira, diğer illerde ise 500 lira kira desteği sağlanmıştır. İlgili destek 1 Şubat 2021’de 3 ay daha uzatılmıştır.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

COVID-19 salgınının neden olduğu ekonomik zarar, büyük ölçüde talepteki düşüşten kaynaklanmaktadır. Bu da küresel ekonomide mevcut mal ve hizmetleri satın alacak tüketicilerin olmadığı anlamına gelmektedir. Bu dinamik, seyahat ve turizm gibi ağır etkilenen sektörlerde açıkça görülmektedir. Virüsün yayılmasını yavaşlatmak için devletler hem ülke içerisinde hem de yurt dışından kendi ülkelerine yapılan seyahatlere kısıtlamalar getirmiş, bu da birçok insanın tatil veya iş gezileri için uçak bileti satın alamaması anlamına gelmiştir. Aynı dinamik tüm endüstriler için de geçerlidir. Örneğin günlük işe gidiş gelişler, sosyal etkinlikler ve tatillerin mümkün olmaması nedeniyle petrol ve yeni otomobile olan talep düşmüştür. Şirketler, gelir kaybını telafi etmek için iş yerlerinden personel çıkarmaya başladıkça kaygı artmış, yeni işsiz olan çalışanların da mal ve hizmetleri satın almaya gücü yetmemesi, bir tür sarmal etkisiyle ekonominin geneline yayılmıştır. Küresel salgın, genel olarak hizmetlerden turizme, tıbbi malzemelerden ve diğer küresel değer zincirlerine, tüketici elektroniğinden ve finans piyasalarından enerji, ulaşım, gıda ve bir dizi alana kadar geniş bir yelpazede uluslararası ekonomik ve ticari faaliyetleri etkilemiştir.

Salgını kontrol altına almak için gereken sınır kapatmaları ve karantina uygulamaları, seyahat, konaklama ve eğlence sektörünü tamamen durmasına, ilaç şirketlerinin ise yıldızının parlamasına neden olmuştur. Her ne kadar aşı üretimi konusunda başarıya ulaşılmış ve iyimser bir hava hakimse de turizm, seyahat, konaklama ve eğlence sektörlerinin toparlanması 2022 yılını bulmuştur. Buna karşılık aşı üreten şirketler ise salgından güçlenerek çıkmış, hükümetlerle milyarlarca dolarlık anlaşmalar imzalamıştır. Salgın, alışveriş ve perakende sektörünün ise tamamen sanal ortama taşınmasına neden olmuştur. Esnek çalışma modeline geçilmesi ile evden çalışmalar yaygınlaşırken, buna bağlı olarak çevrimiçi alışverişler de adeta patlama yaşamıştır.

Covid-19’un Dünya Sağlık Örgütü tarafından Pandemi ilan edilmesinin ardından geçen bir yılda ekonomik faaliyetler ve ticaret hayat neredeyse durma noktasına gelmiş, milyonlarca kişi işini kaybedip fakirleşmiştir. Gelişmiş ülkelerde bile sağlık sistemleri çökme noktasına yaklaşırken, gelişmekte olan ülkeler de var olan sorunlar derinleşmiştir. Küreselleşmenin en hızlı dönemlerini yaşarken tüm ülkelerin sınırlarını kapatmasıyla küreselleşme dahi anlık duraklamaya girmiştir. Bu süreçte sadece sınırlar kapatılmamış, karantina önlemleri alınarak ekonomik faaliyetler de durdurulmuştur.

OECD küresel ekonominin, 2020’de %3,4 daralma yaşadığını tahmin etmiştir. Dünya Ticaret Örgütü ise küresel ticaretin 2020’de %13 ila %32 aralığında azaldığı belirtmiştir. Bu durum, dünya üzerindeki neredeyse tüm ülkelerin ekonomilerinin büyüme performansını olumsuz etkilemiştir. IMF, ABD ve Avrupa ülkelerinin de aralarında olduğu gelişmiş ekonomilerin 2020’de ortalama %4,9 daralma yaşadığını belirtmiştir. ABD Ekonomisi %3,5, Euro Bölgesi ise %6,6 küçülmüştür. IMF verilerine göre gelişmekte olan ülkeler ortalama %2,4 küçülürken, yalnızca Çin ve Türkiye büyüme rakamı yakalamıştır. Çin, 2020’yi %2,3 büyüme ile kapatırken, Türkiye ise %1,8 büyümüştür. Buna karşılık Hindistan %7,4, Rusya ise %3,6 küçülmüştür (Web, 2021)

Covid-19’un yol açtığı küresel ekonomik kriz, en gelişmiş ülkelerin dahi ekonomisine zarar vermiştir. Almanya’da 2020 yılı %5 küçülme ile geçerken, ülkenin kamu borcu 2020 yılının ilk üç çeyreğinde 296,4 milyar € artış göstererek 2,2 trilyon € düzeyine çıkmıştır. 2020 yılı aynı zamanda 139,6 milyar €’luk kamu bütçesi açığının gerçekleştiği yıl olmuştur ki 2011 yılından bu yana kamu bütçesi fazla vermiştir. Bu açık, Doğu ve Batı Almanya’nın birleştiği 1990 yılından sonraki en büyük ikinci bütçe açığı olarak kayıtlara geçmiştir. Almanya’nın ihracatı, %9,3 düşüşle 1 trilyon 204,7 milyar €’ya gerilemiştir (Web, 2021)

Hindistan, salgından en derin etkilenen Asya ülkesi olmuş, 24 Mart 2020’de ülke çapında kapanma kararının ardından 30 Mayıs’a kadar süren sokağa çıkma yasağının da etkisi ile %23,9 küçülmüş ve 140 milyon kişinin işsiz kalmasına neden olmuştur. Güney Afrika’da ekonomide %7 daralma görülürken işsizlik %32,5 seviyesine ulaşmıştır. Brezilya’da %4,4 küçülme yaşanırken işsizlik %14,6’ya ulaşmıştır.

Ekonomideki durgunluk ve daralma, etkilerini en çok işgücü piyasasında göstermiştir. Karantina önlemlerinin etkisiyle işleri durma noktasına gelen işletmeler, maliyetlerini kısıbilmek için dünya genelinde işçi çıkarma yoluna gitmiş, bu da dünya genelinde işsizliğin artmasına neden olmuştur. Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO) verilerine göre küresel çalışma saatlerinde yaşanan %8,8’lik azalmanın yaklaşık olarak 255 milyon kişilik işsizlik artışına denk geldiği hesaplanmıştır. ABD’de Şubat 2020’de %3,5 olan işsizlik, Nisan ayında %14,7’ye ulaşmıştır.

Covid-19, işsizliğe yol açmasının yanında yoksulluğu da arttırmıştır. BM’nin En Az Gelişmiş Ülkeler Raporu -2020’de belirtildiği üzere salgının etkisiyle en az gelişmiş ülkeler, son 30 yıldaki en kötü performansı sergilemiştir. Kişi başı GSYH’nin 1000 \$ düzeyinde olduğu bu ülkelerdeki yoksulluk ciddi boyutlarda artmıştır.

Salgının küresel ekonomiye zararlarını minimize edebilmek için hükümetler parasal genişleme yoluna gitmiş, tüm dünyada merkez bankaları hızla faiz

oranlarını indirmiş ve piyasaya likidite enjekte etmiştir. Bu yolla salgının ekonomi ve finans sektöründe açtığı yaralar onarılmaya çalışılırken, toparlamanın nasıl olacağı konusundaki belirsizlikler ise uzun sürmüştür. Ayrıca İngiltere, Güney Afrika ve Brezilya kaynaklı mutasyonların birçok ülkede görülmesi nedeniyle 2022 yılına kadar salgına karşı alınan önlemlerin gevşetilememesi, parasal genişlemenin ve yardımların sürmesine neden olmuştur.

KAYNAKÇA

1. Asia Times. (2020). Japan stimulus highlight: \$15bn small-biz loans . <https://asiatimes.com/2020/03/japan-stimulus-highlight-15bn-small-biz-loans/>
2. Ayres, M. (2020). Brazil government to inject \$30 billion into economy to combat coronavirus hit. <https://www.reuters.com/article/us-brazil-economy-budget/brazil-government-to-inject-30-billion-into-economy-to-combat-coronavirus-hit-idUSKBN213411> Erişim Tarihi: 26.04.2023.
3. Bank of Japan. (2020a). Enhancement of Monetary Easing. https://www.boj.or.jp/en/announcements/release_2020/k200427a.pdf Erişim Tarihi: 11.04.2023.
4. Bank of Japan. (2020b). Enhancement of Monetary Easing in Light of the Impact of the Outbreak of the Novel Coronavirus (COVID-19). https://www.boj.or.jp/en/announcements/release_2020/k200316b.pdf Erişim Tarihi: 17.04.2023.
5. BCB. (2020a). Central Bank of Brazil announces BRL 1.2 trillion in liquidity to support the economy. <https://www.bcb.gov.br/en/pressdetail/2321/nota> Erişim Tarihi: 22.04.2023.
6. BCB. (2020b). Copom lowers Selic rate to 3.00% p.a. <https://www.bcb.gov.br/en/pressdetail/2329/nota> Erişim Tarihi: 30.03.2023.
7. BCB. (2020c). Interest rate policy decisions. <https://www.bcb.gov.br/en/monetarypolicy/interestrates> Erişim Tarihi: 21.04.2023.
8. BCB. (2020d). The CMN and BCB adopt countercyclical measures to face the Covid-19 pandemic crisis . <https://www.bcb.gov.br/en/pressdetail/2322/nota> Erişim Tarihi: 21.04.2023.
9. BoE. (2020a). Asset Purchase Facility (APF): Asset Purchases and TFSME - Market Notice 19 March 2020. <https://www.bankofengland.co.uk/markets/market-notices/2020/apf-asset-purchases-and-tfsme-march-2020> Erişim Tarihi: 21.04.2023.
10. BoE. (2020b). Bank of England measures to respond to the economic shock from Covid-19. <https://www.bankofengland.co.uk/news/2020/march/boe-measures-to-respond-to-the-economic-shock-from-covid-19> Erişim Tarihi: 22.04.2023.
11. BoE. (2020c). Bank Rate held at 0.1% and asset purchases increased by £150bn - November 2020. <https://www.bankofengland.co.uk/monetary->

- policy-summary-and-minutes/2020/november-2020 Erişim Tarihi: 17.04.2023.
- 12.Bowman, A. O., & McKenzie, J. H. (2020). Managing a Pandemic at a Less Than Global Scale: Governors Take the Lead. *The American Review of Public Administration*, 50(6-7).
- 13.Braun, E. (2020). France injects billions into stimulus plan amid coronavirus chaos. <https://www.politico.eu/article/france-injects-billions-into-stimulus-plan-amid-coronavirus-chaos-bruno-le-maire-economic-catastrophe/> Erişim Tarihi:10.04.2023.
- 14.Bullard, R., Gardani, L., Ana Beatriz Llerena, A. M., & Rodriguez, R. (2020). The Impact Of COVID-19 In Latin America. https://www.jdsupra.com/legalnews/the-impact-of-covid-19-in-latin-america-99291/#_ftn9 Erişim Tarihi: 17.04.2023.
- 15.Chan, J. F., Yuan, S., Kok, K. H., To, K. K., Chu, H., Yang, J., & ... & Tsoi, H. W. (2020). A familial cluster of pneumonia associated with the 2019 novel coronavirus indicating person-to-person transmission: a study of a family cluster. *The Lancet*, 395(10223), 514-523.
- 16.Demir, M., Günaydın, Y., & Demir, Ş. Ş. (2020). Koronavirüs (Covid-19) Salgınının Türkiye'de Turizm Üzerindeki Öncülleri, Etkileri ve Sonuçlarının Değerlendirilmesi. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 6(1).
- 17.ECB. (2020a). ECB and Danmarks Nationalbank reactivate swap line to provide euro liquidity. <https://www.ecb.europa.eu/press/pr/date/2020/html/ecb.pr200320~165793c952.en.html> Erişim Tarihi: 14.04.2023.
- 18.ECB. (2020b). ECB and National Bank of Romania set up repo line to provide euro liquidity. <https://www.ecb.europa.eu/press/pr/date/2020/html/ecb.pr200605~530c053484.en.html> Erişim Tarihi:14.04.2023.
- 19.ECB. (2020c). ECB announces new pandemic emergency longer-term refinancing operations. https://www.ecb.europa.eu/press/pr/date/2020/html/ecb.pr200430_1~477f400e39.en.html Erişim Tarihi:15.04.2023.
- 20.European Central Bank. (2020). ECB announces easing of conditions for targeted longer-term refinancing operations (TLTRO III). https://www.ecb.europa.eu/press/pr/date/2020/html/ecb.pr200312_1~39db50b717.en.html Erişim Tarihi: 15.04.2023
- 21.FMEAE. (2020). Minister Altmaier: “Unprecedented support programme for employees and enterprises” .

- <https://www.bmwi.de/Redaktion/EN/Pressemitteilungen/2020/20200327-altmaier-unprecedented-support-programme-for-employees-and-enterprises.html> Erişim Tarihi: 30.04.2023.
- 22.FMF. (2020). Federal government takes large-scale measures to tackle crisis fallout . Federal government takes large-scale measures to tackle crisis fallout
- 23.France24. (2020). France boosts Covid-19 economic rescue package to €110 billion. <https://www.france24.com/en/20200415-france-boosts-covid-19-economic-rescue-package-to-%E2%82%AC110-billion> Erişim Tarihi: 11.02.2022
- 24.Freitas, A. R., Napimoga, M., & Donalisio, M. R. (2020). Assessing the severity of COVID-19. *Epidemiol. Serv. Saúde* 29 (2).
- 25.Grennan, D. (2019). What is a Pandemic? *JAMA*, 321(9).
- 26.HM Treasury. (2020a). Chancellor announces additional support to protect businesses . <https://www.gov.uk/government/news/chancellor-announces-additional-support-to-protect-businesses> Erişim Tarihi: 02.05.2023.
- 27.HM Treasury. (2020b). Chancellor announces workers' support package. <https://www.gov.uk/government/news/chancellor-announces-workers-support-package> Erişim Tarihi: 30.04.2023.
- 28.HM Treasury. (2020c). Chancellor gives support to millions of self-employed individuals. <https://www.gov.uk/government/news/chancellor-gives-support-to-millions-of-self-employed-individuals> Erişim Tarihi: 29.04.2023.
- 29.Huang, C., Wang, Y., Li, X., Ren, L., Zhao, J., Hu, Y., & ... & Cheng, Z. (2020). Clinical features of patients infected with 2019 novel coronavirus in Wuhan, China. *The lancet*, 395(10223), 497-506.
- 30.IMF. (2021). Policy Responses to Covid-19. <https://www.imf.org/en/Topics/imf-and-covid19/Policy-Responses-to-COVID-19#C> Erişim Tarihi: 17.12.2022
- 31.Kihara, L., & Leussink, D. (2020). Japan to roll out huge stimulus package next week as pandemic pain deepens. <https://www.reuters.com/article/us-health-coronavirus-japan-nishimura/japan-to-roll-out-huge-stimulus-package-next-week-as-pandemic-pain-deepens-idUSKBN21L05E> Erişim Tarihi: 03.02.2023
- 32.KyodoNews. (2020). 100,000 yen handout should be ready by May: Aso. <https://english.kyodonews.net/news/2020/04/363a734a19b1-100000-yen-handout-should-be-ready-by-may-aso.html> Erişim Tarihi: 18.05.2023.
- 33.Lee, Y. N. (2020). China cuts benchmark lending rates amid coronavirus outbreak. <https://www.cnbc.com/2020/02/20/coronavirus-chinas-pboc->

- cuts-benchmark-lending-rate-loan-prime-rate.html Erişim Tarihi: 11.04.2023
34. Lipsitch, M., Riley, S., Cauchemez, S., Ghani, A. C., & Ferguson, N. M. (2009). Managing and Reducing Uncertainty in an Emerging Influenza Pandemic. *N Engl J Med*, 361.
35. MarcoPress. (2020). Brazil central bank cuts benchmark rate 50 points to a record low of 3.75%. <https://en.mercopress.com/2020/03/19/brazil-central-bank-cuts-benchmark-rate-50-points-to-a-record-low-of-3.75> Erişim Tarihi: 21.04.2023.
36. MEF. (2020). Protect health, support the economy, preserve employment levels and incomes. <https://www.mef.gov.it/en/inevidenza/Protect-health-support-the-economy-preserve-employment-levels-and-incomes-00001/> Erişim Tarihi: 22.04.2023.
37. Moghadas, S. M., Pizzi, N. J., Wu, J., & Yan, P. (2009). Managing public health crises: the role of models in pandemic preparedness. *Influenza and Other Respiratory Viruses*, 3(2).
38. Özsoy, M., Sönmezer, M. Ç., & Tülek, N. (2015). MERS-Co Virüs Enfeksiyonu: Epidemiyoloji ve Son Gelişmeler. *Ortadoğu Tıp Dergisi*, 7(3), 140-143.
39. Partington, R., & Mason, R. (2020). Key points from budget 2020 – at a glance. <https://www.theguardian.com/uk-news/2020/mar/11/key-points-from-budget-2020-at-a-glance>
40. Reuters. (2020a). China c.bank cuts 14-day reverse repo rate, injects net 40 bln yuan. <https://www.reuters.com/article/china-openmarket/china-cbank-cuts-14-day-reverse-repo-rate-injects-net-40-bln-yuan-idUSB9N2DN001#:~:text=China%20c.bank%20cuts%2014%2Dday%20reverse%20repo%20rate%2C,injects%20net%2040%20bln%20yuan&text=SHANGHAI%2FBEIJING%2C> Erişim Tarihi: 23.04.2023.
41. Reuters. (2020b). China cuts medium-term borrowing costs by 20 bps, steps up fight against pandemic. <https://www.reuters.com/article/china-economy-mlf/china-cuts-medium-term-borrowing-costs-by-20-bps-steps-up-fight-against-pandemic-idUSB9N2BR00Y> Erişim Tarihi: 12.04.2023.
42. Tang, F. (2020). Coronavirus: China unveils US\$500 billion fiscal stimulus, but refrains from going all-in. <https://www.scmp.com/economy/china-economy/article/3085654/coronavirus-china-unveils-us500-billion-fiscal-stimulus> Erişim Tarihi: 28.04.2023.

- 43.Tanrıverdi, E. S., Yakupoğulları, Y., & Otlı, B. (2020). Covid-19 Etkeninin Özellikleri. C. Çiçek (Dü.) içinde, *Mikrobiyoloji ve COVID-19*. (s. 7-14). Ankara: Türkiye Klinikleri.
- 44.Wang, O. (2020). Coronavirus: China trying vouchers to boost consumer spending, but effort modest compared to HK, US. <https://www.scmp.com/economy/china-economy/article/3075929/coronavirus-china-local-governments-try-boost-spending> Erişim Tarihi: 11.04.2023.
- 45.Web. (2021). Salgının birinci yılında dünya ekonomisinde neler yaşandı? <https://haber.doviz.com/gundem-haberleri/salginin-birinci-yilinda-dunya-ekonomisinde-neler-yasandi/602743> Erişim Tarihi: 17.04.2023.
- 46.WHO. (2009). *Pandemic Influenza Preparedness and Response: A WHO Guidance Document*.
- 47.WHO. (2020). HIV/AIDS. Tarihten Günümüze Epidemiler, Pandemiler ve Covid-19 adresinden alındı
- 48.Yamaguchi, T. (2020). Japan approves fresh \$1.1 trillion stimulus to combat pandemic pain. <https://www.reuters.com/article/us-health-coronavirus-japan-stimulus/japan-approves-fresh-1-1-trillion-stimulus-to-combat-pandemic-pain-idUSKBN2323D3> Erişim Tarihi: 19.04.2023.
- 49.Zhu, N., Zhang, D., Wang, W., Li, X., Yang, B., & Song, J. (2020). A Novel coronavirus from patients with pneumonia in China. *New England Journal of Medicine*.(382), 727-733.
- 50.Ziady, H. (2020). UK to spend \$38 billion on restaurant discounts and tax breaks as jobs crisis hits. <https://edition.cnn.com/2020/07/08/business/uk-economy-coronavirus-stimulus/index.html> Erişim Tarihi: 15.04.2023.

24. Bölüm

Küreselleşme Sürecinde Kadın Emeği: Enformel Sektörde Kadın Emeğine Dair Bazı Değerlendirmeler

Mina FURAT¹

¹ Dr. Öğretim Üyesi Mina Furat, Manisa Celal Bayar Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi, Sosyoloji Bölümü.
mina.furat@cbu.edu.tr. ORCID No: 0000-0003-1743-8589

ÖZET

Küreselleşmenin etkisiyle Türkiye benzeri ülkelerde çalışma yaşamının koşulları ve dolayısıyla kadın emek gücünün istihdam edilme biçimleri dönüşmüştür. Küresel kapitalizm ve ataerkilliğin etkisiyle giderek artan sayıda kadın enformel sektörde ücretli işgücüne katılmaya başlamıştır. Kadın emeğinin kayıt dışı bir biçimde enformel sektörde sosyal güvencesiz ve düşük ücretli biçimde istihdam edilmesi kadın emeğinin toplumsal cinsiyet normlarına bağlı olarak görünmez ve değersiz sayılmasıyla ilişkilidir. Dolayısıyla enformel sektörde kadın emeğinin görünür kılınması küresel kapitalizmin kadın emek gücü üzerinden nasıl işlediğini anlamaya etkide bulunacaktır.

Anahtar Kelimeler: Küreselleşme, Enformel Sektör, Kadın Emeği

ABSTRACT

With the influence of globalization, the conditions of working life and thus the conditions for the employment of women's labor has changed in the countries like Turkey. In this study, With the effect of global capitalism and patriarchy, an increasing number of women have started to join the paid workforce in the informal sector. The informal employment of women's labor in the informal sector without social security and low wages is associated with women's labor being deemed invisible and worthless, depending on gender norms. Therefore, making women's labor visible in the informal sector will have an impact on understanding how global capitalism operates through women's labor power.

Keywords: Globalization, Informal Sector and Women's labor

GİRİŞ

Günümüz küresel kapitalizminin koşullarını irdeleyen pek çok feminist çalışma (Mies, Thomsen Bennholdt ve Von Werlhof 2008; Mies 2011; Dedeoğlu ve Öztürk 2010, Sarkar 2007; Sanderson, 1990; Walby, 2016 ve Jain, 2000), küreselleşmenin kadın emeğinin statüsünü etkilediğini ve kapitalizmin sermaye birikimi oluşturma sürecinin cinsiyet ayrımcılığına dayalı olduğunu ifade etmektedir. Böylesi bir bakış açısı kadın emeğinin sömürülmesini ve düşük statüsünü sürdürmesini ataerkil kapitalizmin varlığıyla ilişkilendirerek sosyo-ekonomik ve politik değerlendirmeler yapabilir. Öztürk ve Dedeoğlu (2010:11), kadının ezilmesinin sadece kapitalizm üzerinden açıklamanın mümkün olmadığını, kapitalist sistemin öncesinde ataerkil sistemin analizini yapmadan kadınların ve kadın emeğinin statüsünün anlaşılamayacağını ifade ediyorlar. Bu durum özellikle, küresel kapitalizmin kadın ve erkeklerin konumlarını daha da eşitsiz hale getiren emek gücünün istihdam biçimleri ile de ortaya çıkıyor.

Bu çalışma kapsamında küreselleşme kavramı, kapitalizmin gelişim sürecinde özellikle 1980'lerden sonra uygulana neo-liberal ekonomik politikalarla (ulusal düzeyde uygulanan yapısal uyum politikaları, ticarete serbestleşme ve özelleştirme politikaları gibi) yeni bir uluslararası iş bölümüne ve emek gücü, sermaye ve metaların küresel düzeyde hızla artan dolaşımına işaret eder. Bu politikalar, Topçuoğlu Atasü'nün (2012:3-4) belirttiği gibi küreselleşme üretimin post-fordist hale gelmesine (esnek üretim biçimleri), emek gücünün koşullarının zorlaşmasına, üretimin giderek artan oranda kayıt dışı ekonomi biçiminde sürdürülmesine ve kadınların kayıt dışı istihdamının artmasına sebep olmuştur. Topçuoğlu Atasü'nün (2012:6), küreselleşme sürecinde esnek üretimin artmasıyla beraber emek gücü ve kadın emeğinin değişen koşullarını maddeler halinde özetlemiştir:

- Üretimin gelişmiş ülkelerden azgelişmiş ülkelere kayması,
- Üretimin daha çok taşeron üretim biçiminde yapılr hale gelmesi,
- Çalışma koşullarının daha esnek ve güvencesiz hale gelmesi,
- Azgelişmiş ülkelerde üretimin daha çok emek yoğun sektörlerde gerçekleşmesi,
- Emek yoğun sanayi sektörlerinde düşük ücretlerle kadınların istihdam edilmesi,
- Kadın emeğinin giderek artan oranda kayıt dışı, esnek ve güvencesiz ve düşük ücretli nitelikli sayılmayan sektörlerde istihdam edilmesi,
- Güvencesizliğin ve işsizliğin artması,
- Kadın emeğinin uluslararası dolaşımının artması ve

- Gelişmiş ülkeler ile azgelişmiş ülkeler arasındaki ekonomik farklılıkların artması

Sarkar (2007:2) küreselleşme ve onun politikası olan neo-liberalleşmenin bir emperyalizm biçimi olarak görüldüğünü ifade ediyor. Mies (2011:30), cinsiyetler arasındaki eşitsizlik ve bölünmeye eşlik eden toplumsal ve uluslararası bölünmeler olduğunu açıklıyor. Ataerkilliğin yanında sömürüye dayalı uluslararası iş bölümü ve emperyalizmin kadınların ezilmesi ve sömürülmesi koşullarını yarattığının analizinin önemini vurguluyor. Bu durumda; küresel kapitalizmin işleyişi bir yandan sermayenin kesintisiz birikimi ve ekonomilerin “büyümesini” getirirken diğer yandan ulusal ve uluslararası sınıfsal eşitsizlikleri arttırarak, azgelişmiş ülkelerin ekonomilerini borçlandırır ve kadınların emek gücünün en altına sıralar.

Bu çalışma kapsamında önce ataerkillik ve cinsiyete dayalı iş bölümü bağlamındaki tartışmalardan bahsedilecek daha sonra küresel kapitalizm içerisinde ücretli kadın emeğine ve enformel sektörde kadın emeğine dair tartışmalar değerlendirilecektir. En son kadın emeğinin durumu analiz edilerek sonuç bölümünde ele alınacaktır.

ATAERKİLLİK, KADIN EMEĞİ VE CİNSİYETE DAYALI İŞ BÖLÜMÜ

Kadın ve erkeklerin toplumsal hayattaki sosyo-ekonomik, kültürel ve politik var oluşu temelde toplumsal cinsiyet kabullerine dayalıdır. Toplumsal cinsiyete dayalı kalıp yargılar ve cinsiyetlere atfedilen roller kadın ve erkek arasındaki biyolojik farklılıkların ötesinde kadın ve erkek olmanın normlarını ve gündelik hayattaki işleyişini ve cinsiyet rollerini belirler. Hartmann (2006:29), ataerkillik kavramını, “maddi temeli olan ve hiyerarşik de olsa erkekler arasında, onların kadınlara egemen olmalarını sağlayan bir karşılıklı bağımlılık ve dayanışma kuran ya da yaratan erkekler arası toplumsal ilişkiler dizisi” olarak tanımlar. Erkekler arasında her ne kadar, etnisite, sınıf ve ırk açısından hiyerarşiler olsa da kadınlar üzerinde egemenlik kurma bakımından ortaklık kurmuşlardır. Walby (2014:12), “ataerkillik kavramı ve kuramının “kadınların egemenlik altına alınmasının farklı boyutlarının derinliği, yaygınlığı ve iç içe geçmişliğini ortaya çıkarmak açısından” zorunlu olduğunu ifade eder. Walby (2014) ayrıca ataerkilliğin gerçekleşmesinin koşullarının zaman, sınıf ve etnik gruba göre değişebileceğini, cinsiyet eşitsizliklerinin biçimlerinin farklılık göstereceğini kabul eder. Pehlivan’ın da (2017:501) belirttiği gibi; ataerkillik kavramı ideolojik bir yapı olarak, kültürel, ekonomik, sosyal ve kurumsal alanlarda etkilidir.

Ataerkil toplumsal yapı, farklı coğrafya, kültür ve zamanlarda biçimi değişse cinsiyet ayrımcılığını onaylar. Ataerkil toplum yapısında, kadının sosyal, kültürel, politik ve ekonomik alanlarda erkeğe göre alta sıralanması, baskı altında tutulması, ikincil görülmesi olarak gerçekleşir. Kalıp yargılar, kadını, erkeğe göre zayıf ve ona bağımlı, onun tarafından korunması gereken olarak tanımlar. Bu yüzden, bu sıralanan alanlarda kadınlar geri planda kalırlar. Kadınlarına uygulanan cinsiyete dayalı ayrımcılık cinsiyet rollerine bağlı olarak gerçekleşir. Saraç'ın (2013:29) da ifade ettiği üzere, cinsiyet kalıp yargıları, her alanda kadını geleneksel rolünün uzantısı olan rollere uygun görür. Meslek seçimi, işe alım, işte yükselme gibi durumlarda kadınlar erkeklerden farklı değerlendirilirler ve ayrımcılığa uğrarlar. Ayrıca kadınların, özel yaşamlarında da kendi cinsel yaşamları ve bedenleri üzerinde karar verme hakları kısıtlanır. Kadınların, en çok ayrımcılığa maruz kaldığı alanlar, eğitim, ekonomi, sosyal yaşam, siyaset, kılık kıyafet sınırlaması, evlilikle ilgili konularda karar verici olamama, iş yaşamında yükselmelerinin engellenmesi olarak sıralanabilir. Kadın ile ilgili, kendisini ilgilendiren konularda dahi tek başına karar verme yetkisine sahip olmayan, ikinci planda bırakılan ve var olabilmek için erkeğin desteğine ve koruyuculuğuna ihtiyaç duyan bir imge yine toplumdaki erkek egemen sistem tarafından oluşturulmaktadır (Mora, 2005:3). Tarihsel süreç içerisinde ataerkil düzene uygun bir şekilde oluşturulan iş bölümü erkeğin kadın üzerindeki baskısını pekiştirmiş ve iş bölümünde kararları alıp yönetenin ve düşünme ile ilgili işlerde seçilenin erkek, düşünce ortaya koymaya pek ihtiyaç duyulmayan işlerde ise seçilenin kadın olmasına sebebiyet vermiştir (Bülbül 2014: 5).

Feminist yeniden üretim teorisine göre, okulda verilen eğitimle toplumsal cinsiyet eşitsizliği yeniden üretilir, hatta bazen de sınırlandırılır. Emegın cinsiyetçi iş bölümü okulda da sürer. (Sayılan, 2012:17) Okullarda küçük yaştan itibaren bu yönde verilen eğitim bireyin iş hayatına da etki eder. Bu eğitim süresince toplumsal cinsiyet rolleri yeniden üretilir. Eğitim kurumunun içinde cinsiyete göre eşitsizliklere maruz kalan bireyler iş seçimi ve işe seçilme konusunda da cinsiyetlerinden dolayı avantajlı ya da dezavantajlı konumda olurlar. Çünkü meslekler de cinsiyetlere göre sınıflandırılmıştır. Kadınlar eğitim hakkının kısıtlanması ve aynı imkanları sahip olamaması nedeniyle daha fazla eşitsizliğe maruz kalmaktadır.

Öztürk ve Dedeoğlu'nun (2010:9), ifade ettiği gibi, toplumsal cinsiyete dayalı iş bölümünün de bir sonucu olarak, kadınlar evdeki işleri ve bakım işlerini sürdürmek durumunda kalıyorlar. Güçlü ataerkil ilişkilerinin sonucu olarak 'erkek işi' ve 'kadın işi' arasında katı bir ayrım bulunuyor. Bu ayrımın sonucu olarak, ücretli iş esas olarak erkek işi olarak görülürken; kadınların ücretli işe dahil olması ailenin gelirine katkıda bulunmak, koca işsiz kaldığında ailenin

geçimini üstlenmek vb. oluyor. Ayrıca kadınlar, ücretli çalışan olsalar da ev içindeki işlerini ve bakım emeğini üstlenmeye devam ediyorlar.

Hartmann (1976:137), kadınların sosyo-ekonomik statüsünün temelinde cinsiyete dayalı iş bölümü olduğunu ve bunun sanayi toplumundaki ücretli emek sisteminde de işlediğini belirtmiştir. Bunu mümkün kılan ise ilk olarak kadın ve erkek arasındaki geleneksel (ataerkil) cinsiyete dayalı iş bölümü ve ikinci olarak da bu sistemin devamlılığını sağlayan hiyerarşik örgütlenme ve kontrol teknikleridir. Ataerkil geleneksel cinsiyet rolleri gereğince; cinsiyete dayalı iş bölümünde kadın özel alandaki bakım emeği ve ev-içi işlerden sorumlu iken ve erkeklerin kamusal alandaki ev dışındaki gelir getirici faaliyetlerden sorumlu kabul edilmektedir. Hartmann (1976:139) bu durumu açıklarken; “cinsiyete dayalı iş ayırımının”, kadınları daha düşük ücretler almaya zorladığı için kapitalist toplum yapısında erkeklerin kadınlara üstünlüğünü sağlayan temel mekanizma olduğunu iddia eder. Hartmann’a göre, düşük ücretler kadınları evliliğe teşvik ederek erkeklere bağımlı hale getiriyor. Bu durumda erkekler hem daha yüksek ücretlerden hem de ev içindeki işlerin kadınların sorumluluğu olmasından faydalanmaktadır. Bu kapitalizmin ve ataerkilliğin birbirini destekleyerek kadınlar için bir kısır döngü yaratması anlamına gelmektedir. Kadınlar ev dışında çalıştıkları zamanda düşük ücretli işlerde çalıştıkları için ekonomik olarak bağımsızlaşamıyorlar ve evdeki işleri yapma zorunlulukları da devam ediyor.

Dedeoğlu ve Öztürk (2010:16), Türkiye’de kadın emeğinin biçimlenişinin, kadınların ev içi rolleri olan anneliğin ve eşliğin önemli sayılmasıyla ve emek piyasasına ancak ataerkil sistemin izin verdiği biçimde girebilmesiyle karakterize olduğunu ifade ediyorlar. Bu biçim kadın emeğinin değersizleşmesine, kadınların ev içindeki bakım ve hanenin yeniden üretilmesinde oynadıkları rolün yok sayılmasına hizmet etmektedir. Kadınların toplumsal cinsiyete dayalı iş bölümü doğrultusunda hanenin yeniden üretiminden sorumlu görülmeleri ve bu emeklerinin görülmez hale gelmesi ve ideal kadınlık tanımının da annelik ve yeniden üretimle eşleştirilmesine sebep olmaktadır. Selçuk ve Tuzlukaya’nın da (2013:5), ifade ettiği gibi, ülkemizde ataerkil toplumsal kabuller ve kadın ve erkeğe biçilen roller, çocuk ve yaşlı bakımı ile ev işlerini kadının sorumluluğu olarak görmekte ve kadının ev dışında ücretli işgücüne katılmasına destek vermemektedir. Urhan’ın (2016:120) ifadesinde vurgulandığı gibi toplumsal cinsiyet, ekonomik alanda kadın ve erkeğin konumlarının belirlenmesinin, ücret eşitsizliğinin, kamusal alanın daha önemli kabul edilmesinin, emek gücü gerektiren bütün işlerin sınıflandırılması ve sıralanmasının temel sebebini ve dayanağını oluşturur. Bu durumda, toplumsal cinsiyete dayalı iş bölümü, teknik bir ayrım değildir. Kadınların ana rolünün ev ve aile olduğunu kabul eden ve evin

içinde ve dışında ayrımcılık yapılarını oluşturan bağımlılık ve tahakküm ilişkisini dayatan bir olgudur.

Dolayısıyla toplumsal cinsiyete dayalı iş bölümü kadınların ev içinde yaptıkları ücret almadıkları “karşılıksız emek kavramını ortaya çıkarır”. Bu kavramı, Memiş ve Özay (2011:241) şu şekilde tanımlıyorlar: “en kaba biçimiyle piyasa değeri olarak karşılığı olmayan, meta ekonomisinin sınırları dışında gerçekleşen büyük kısmını günlük yaşamsal ihtiyaçları sağlayan ev işlerinin oluşturduğu ekonomik veya ekonomiyi doğrudan etkileyen faaliyetler”. Kadınların hane içindeki karşılıksız emeğini sınıflandırırsak; bakım emeğinin içine çocuk bakımı, yaşlı ve hasta bakımı, çalışma yaşındaki hane halkı bakımı, ev bakımı ve evcil hayvan bakımı oluşturur (Urhan, 2016:122).

Yine Urhan’ın (2016:125) aktardığına göre,

2006 yılında yapılan ve Türkiye’nin ilk ve tek “Zaman kullanım Anketine” göre yetişkin kadınlar hane ve hane halkı bakım işlerine günde ortalama 5 saat 17 dakika ayırırken, erkekler yalnızca 51 dakika ayırmaktadır. Kadınların ücretsiz harcadıkları emek zamanı, eğitim seviyesi düştükçe ve “doğurganlık yaşı” olarak tanımlanan 25-34 yaş arasında artmaktadır.

Öztürk Yaman ve Dedeoğlu (2010:11), kadınların işgücüne dahil olmasının koşullarının belirlenmesinde toplumsal cinsiyete dayalı iş bölümüne etki eden ataerkil sistem ve kapitalizmin ilişkisini inceliyorlar. Öztürk ve Dedeoğlu (2010:13), ataerkil sistemi, “kadınlarla erkekleri eşitsiz bir ilişki içinde konumlandıran ve kadınların toplumsal kaynaklara ulaşımını kısıtlayan ve erkeklerin kadınların emeğini, bedenini ve cinselliğini denetleye ve sömürülmesini olanaklı kılan bir yapı olarak tanımlıyor. Öztürk ve Dedeoğlu’nun da (2010:11-12) belirttiği gibi, bu sistem içindeki maddi temel erkeklerin kadınların emek gücü üzerindeki maddi denetimidir. Bu biçimde bakıldığında ataerki, kapitalist birikim sürecinin eğilimlerine uyumlanarak ve olanaklarını kullanarak sermaye birikim sürecini de şekillendirmektedir (Öztürk ve Dedeoğlu, (2010:14). Acar Savran (2004:46), kapitalizm ile ataerkillik arasındaki ilişkiyi ‘patriarkal kapitalizm’ olarak tanımlar ve şu şekilde açıklar: “yer yer çatışır, yer yer birbirini pekiştirir.” Özellikle kadın emeğini ilgilendiren bazı durumlarda, örneğin, kadınların güvencesiz ve düşük ücretli koşullarda çalışmasında bu ataerkillik ve kapitalizm uzlaşıırken, bazı durumlarda örneğin kadınların karar verici olabildikleri üst düzey konumda ücretli çalışmaları ve cinsiyete dayalı iş bölümünün dönüşmesinin gerekmesi gibi çatışmaya girebildikleri gözlemlenebilir. Kapitalizm ile ataerkillik arasındaki ilişkiyi kabul edildiğinde kadınların ücretli emeğe dahil oluşunun koşullarının bu iki sistemin etkileşimi ile belirlendiğini görülebilir ve bu yüzden kadınların enformel sektörde istihdam edilmesinin koşulları daha iyi analiz edilebilir.

KÜRESELLEŞME VE ÜCRETLİ KADIN EMEĞİ VE ENFORMEL SEKTÖR

Kadınlar son dönemlerde kamusal alanda da kendilerine yer açabilmişlerdir. Ücretli kadın emeğinin arttığını ve kadınların emek kullanım biçiminde çeşitlenmeler olduğunu ve az gelişmiş ülkelerdeki kadınların kendi ülkelerinde çok uluslu ya da uluslararası şirketlerde de çalıştıklarını görmekteyiz (Ecevit, 1998:267). Ecevit'in (1998:267) de belirttiği gibi sanayileşmenin kadınların ücretli çalışma koşullarını iyileştireceğini ve cinsiyetler arası eşitsizlikleri azaltacağı düşünülmüştür ancak kadınlar işgücü piyasasına erkeklere göre dezavantajlı bir konumda katılabilmektedirler. İşgücü piyasasına dahil olan kadınların bazı ortak niteliklerini belirtmektedir (Ecevit, 1998:268). Bu niteliklerden ilki kadınlar işgücü piyasasında düşük ücretle istihdam edilirler. Genel olarak kadın emeğinin erkeklere göre değeri düşüktür, uzun dönemli güvencesi olmayan emek türüdür. İkincisi, kadınların, ücretli işçiler olarak kolektif örgütlenmeleri güçlü bir biçimde oluşmamıştır, sendikalara katılımları azdır. Üçüncüsü, kadınlar, sektörel olarak istedikleri işgücü sektörlerine değil de kendileri için talep olan sektörlerde istihdam edilirler. Dördüncüsü, her iki cinsiyetin de istihdam edildiği sektörlerde kadınlar genelde en düşük statülü, niteliği vasıfsız kabul edilen pozisyonlarda çalışırlar, nadiren yönetici olurlar ve iş eğitimi, yükselme fırsatları açısından ayrımcılıkla karşılaşılırlar. Bu durumu ayrıca şu şekilde açıklamak mümkündür: kadınların emeği tarihsel olarak kocası ve babasının denetiminde, ona destek olan ve daha az değerli emek olarak tanımlanmış olduğu için kapitalizm de kadın ve erkek emeği arasındaki bu ilişkiyi sürdürmüştür (Ecevit, 1998:272).

Öztürk ve Dedeoğlu (2010:15), ataerkil yapıya dayalı toplumsal cinsiyet sistemine bağlı olarak kadının emeğinin erkekler tarafından denetlendiğini, emek ürünlerine karşılıksız el konulduğu (ev içi emek gibi), evin içinde kadının yeniden üretim kapasitesinin erkek tarafından kontrol edildiğini, eğitim sistemi, iş kanunları, sosyal güvence yapısı, çocuk bakımı ve annelik izni gibi düzenlemelerle yasal olarak ataerkilliğin meşrulaştırıldığını ifade ediyorlar. Bu biçimde kadının kimliği ve varlığı bağımlılık ve itaat kalıpları içinde kurulmuş olur.

Selçuk ve Tuzlukaya'nın da (2013:5), aktardığı gibi, kadının ücretli işgücüne katılımını, sosyal ve kültürel etkenler, eğitim, kentleşme, medeni durum, ekonomik koşullar etkilemektedir. Örneğin, kentsel alanda, çocuğu olan evli kadınların ücretli bir işte istihdam edilebilmeleri için çocuklarına bakımı yapan kurumların yaygınlık kazanması veya iş yerlerinin kreşi olması gerekmektedir.

Kadınlar eğer çocuk bakımı masraflarını karşılamaları zor olacaksa ücretli istihdam edilmeyi tercih etmemektedirler. Ekonomik koşullar değiştiği ve ancak eşleri işsiz kaldığı ya da çalışmadığı zaman kadınlar çalışmaya hayatına katılmayı tercih etmek durumunda kalabilirler. Thomsen Bennholdt (2008:177-178), çalışmasında kadınların ekonomik krizlerden en çok etkilenenler olduğunu vurguluyor. İlk olarak erkeklerin gelirlerinin düştüğü ve güvencesizliğin arttığı dönemlerde kadınların işsiz kaldığını ifade ediyor. İkinci olarak, kadınların ücretli işlerde ilk işten çıkarılacaklar olmaları onları ev kadını olmaya yani bir erkeğe ekonomik olarak bağımlı olmaya zorlarken aynı zamanda ev hanımı olmaları onların işten ilk çıkarılacak ve en kötü işlerde çalışanlar olmalarını sağlıyor. Bu bir kısır döngü yaratıyor.

Erkeklerle sağlanan eğitim olanaklarının kadınlara sağlanmaması da kadınların iş dünyasında geri planda bırakılmalarına, erkeklerin ise bu eğitim olanaklarını da kullanarak daha teknik ve bilgi isteyen işlerde daha rahat yükselebilmelerine ve yönetici pozisyonlarında daha sık görülmelerine neden olmaktadır (Bülbül, 2014:6). Kadınların ve erkeklerin iş dünyasında hangi iş kollarında çalışacakları ve hangi mevkide bulunacakları, toplumsal cinsiyetin kadına ve erkeğe yüklediği rollerin etkisi ile ortaya çıkmaktadır (Dökmen, 2010; aktaran Özdemir, 2019: 6). Kadınların iş dünyasında eskiye oranla daha fazla yer aldıkları görülmekle birlikte kadına yüklenen ev içi sorumluluklarında fazlaca bir değişiklik olmamıştır (Bülbül 2014: 7). Kadınların ve böylelikle toplumun güçlü hale getirilmesi için kadınların iş hayatı, siyasi hayat, sosyal hayat vb. alanlarda karar verme süreçlerine daha fazla dâhil olmalarının ve bu alanlarda erkeklerle eşit haklardan yararlanmalarının sağlanması gerekir (Bhasin, 2013; aktaran Özdemir, 2019: 5).

Selçuk ve Tuzlukaya (2013), kadınların ücretli çalışma yaşamına katıldıktan sonra erkeklerle göre fazladan karşılaştıkları zorlukları ve çifte standartları da incelemişlerdir. Öncelikli olarak, kadınların çocuk ve yaşlı bakımında üstlendikleri rol, çalışma yaşamındaki varlıklarını kısıtlamakta ve kimi zaman işten ayrılmalarına sebep olmaktadır. Araştırmalarda (Eyüboğlu, Özar ve Tufan-Tanrıöver (1998), Toksöz (2009) gibi), kadınların en çok belirttikleri işten ayrılma nedenleri evlenme ve nişanlama, çocuk sahibi olma, hamile kalma, aileden birinin sağlık sorunlarının olması olarak ifade edilmektedir. İkinci olarak, özel sektörde ücretli çalışan yönetici kadınların, erkeklerle göre daha geride görüldükleri, çifte standartlarla yargılandıklarını ifade ediyorlar. Örneğin, erkeklerde hoş görülen bazı davranışlar (öfkeli davranışlar gibi) kadınlarda hoş görülmemekte kadınların dengesizliği olarak yorumlanmaktadır. Ancak kadınlar duygularını ifade etmediklerinde ise soğuk bir insan olarak tanımlanmaktadırlar. Dolayısıyla kadınlar, kadın kimliği ve iş dolayısıyla beklenen rol kalıpları arasında sıkışmaktadırlar. Üçüncü olarak, kadınların yükselmesinin önünde, çok net olarak

görülme, “cam tavan” olarak tanımlanan engeller söz konusudur. Dördüncü olarak, kadın ve erkekler aynı işte istihdam edilseler de kadınlar bazı durumlarda eşit ücret alamamaktadırlar.

Topçuoğlu Atasü (2010:80-84), enformelleşme üzerine teorileri dört ana başlık açısından değerlendirmektedir. Bunlardan ilki enformelleşmenin geçici bir süreç olduğuna dair kuramıdır. Verilerle desteklenen çalışmalarda gelişmişlik düzeyi arttıkça ulusal ekonomi içindeki enformel sektörün payının azalacağını iddia edilmiştir. Buradaki varsayım modernitenin bütün toplumların azgelişmiş ülkelerin zamanla gelişmiş ülkelerin gelişmişlik düzeyine ulaşacakları düşüncesidir. Ancak bu yaklaşım gelişmiş ve azgelişmiş ülkeler arasındaki eşitsiz mübadele ilişkilerini görmezden gelmektedir. İkinci yaklaşım, enformel sektörü azgelişmiş ülkelerde iş üreten bir mekanizma olarak görür (Ranis ve Steward, 1999). Ancak bu yaklaşım, herhangi bir toplum yapısında enformel ve formel sektörlerin birbiriyle etkileşim içerisinde olduğunu görmezden gelmektedir. Üçüncü yaklaşım ise De Soto’nun (2000) enformel sektörü azgelişmiş ülkelerde serbest pazara devletin müdahale etmesi sonucu malların enformel mülkiyetinin oluşmasına bağlamasıdır. Ancak bu yaklaşım enformel sektörü daha çok mülkiyet ilişkileri ile açıklayarak yine üretim ilişkileri ve uluslararası ticaret ilişkilerini ve küresel düzeyde üretim zincirlerini ve küresel kapitalizmin işleyişini görmezden gelir. Dördüncü yaklaşım ise dünya sistemleri teorisiyle açıklanan yaklaşımdır. Wallerstein’in (2011) açıkladığı gibi küresel kapitalizm çevre, yarı çevre ve merkez ülkelerinin dahil olduğu uluslararası üretim, yeniden üretim ve ticaret ağlarını içerir. Dünya ekonomisi diye adlandırılan günümüz kapitalizmi “pazarlar, pazarlarda rekabet eden firmalar, devletler arası bir sistem içindeki ulus devletler, hane halkları, sınıflar ve statü gruplarından oluşan kurumları içerir (Wallerstein, 2011:81).

Carr ve diğerleri (2000:123-125) çalışmalarında küresel ticaret ve yatırım örüntülerinin istihdamı nasıl etkilediğini açıklamışlardır: küresel bütünleşme ve rekabet birbiriyle etkileşimli olarak meta ve emek gücü pazarındaki eşitsizlikleri arttırmaktadır. Bunun ortaya çıkmasına sebep olan ilk etken sermaye ulusötesi bir biçimde hareket ederken emeğin göreceli olarak hareketinin az olmasıdır. İkinci etken büyük şirketlerin ulusötesi hareketliliği ve küçük ve mikro işletmelerin göreceli olarak hareketinin az olmasıdır. Üçüncüsü üretim ve dağıtımın küresel değer zincirleri (“küresel montaj hattı”) biçiminde yeniden yapılandırılmasıdır. “Küresel değer zincirleri” olarak ifade edilen meta veya ürün üretim ve dağıtım süreçlerini oluşturan ağlardır. Bütün bu süreç ticari serbestleşme ve ulus aşırı yatırım ile birlikte yürümektedir. Enformasyon teknolojilerindeki gelişme üretim ve ürünlerin dağıtımında daha fazla esnekliğe ve dolayısıyla emek gücünün

güvensizleşmesine sebep olmaktadır. Carr ve diğerlerine göre (2000:126), bu eğilimlerin sonucu olarak uzun zaman ekonomik büyüme ve sanayileşme ile bağdaşmayacağı düşünülen enformel sektörün hem gelişmiş hem de azgelişmiş ülkelerde genişlediği görülmektedir. İstihdam eğilimi olarak kendi içinde çalışan, fason üretim ve geçici çalışmanın arttığını görmekteyiz (Castells ve Portes 1989).

Memiş ve Özay (2011:12), tanımladığı gibi, enformel sektörü genel olarak sosyal güvenlik, vergilendirme düzenlemeleri, devlet müdahalesine tabi olunmadan istihdam biçimlerinin oluşturduğunu söyleyebiliriz. Bu alanda istihdam edilenlerin sendikal hakları veya çalışma haklarını düzenlemeye yönelik hakları veya ücret için pazarlık güçleri de yoktur veya çok zayıftır. Enformel sektörde kadınların istihdamını dört ayrı biçimde sınıflandırmaktadırlar: “sanayiye yönelik ev eksenli işler, ücretli ev işleri, kırsal kesimde ücretsiz aile işçiliği ve kadınların el işçiliği ile yaptıkları üretim” (Memiş ve Özay, 2011 :13). Memiş ve Özay (2011:13), 1980’lerden sonra Türkiye’de kadınları enformel sektörde istihdamının artışı enformel sektörde çalışmaya mecbur kalmalarına (eşlerinin işsiz kalması, yoksulluk vb. sebeplerle), formel istihdam alanlarında çalışamamalarına ve tarımsal istihdamın azalmasına bağlamaktadırlar. Ulutaş (2009:30), Ecevit’ten (2007:15) alıntılanarak, kadınların ekonomik kriz dönemlerinde ilk vazgeçilen çalışanlar olduklarını, esnekleşme ve iş güvencesinin olmayışından zarar gördüklerini ve enformel sektörde çalışanların çoğunluğu oluşturarak yarı zamanlı, ev eksenli, parça başı işlerde çalıştıklarını veya mikro kredilerin desteğinde küçük girişimcilik yaptıklarını ifade etmiştir. Aşkın ve Aşkın (2019:980), çalışmalarında kadınların, azgelişmiş ülkelerde sıklıkla esnek, düşük ücretli ve örgütsüz işgücü olarak istihdam edildiklerini ve düşük gelirli ve sosyal güvencesi olmayan işlerde giderek artan oranda çalıştırıldıklarını ifade etmektedir.

Carr ve diğerlerinin (2000:126-127) açıkladığı gibi azgelişmiş ülkelerde ekonomik olarak aktif olan kadınların çoğunun enformel sektörde çalıştığına dair bazı veriler mevcuttur. Ancak kadınların çoğu ev eksenli enformel sektördeki ücretli emeği istatistiksel olarak görünür değildir. Buna rağmen, görünürdeki verilere enformel sektördeki kadın emeğiyle ilgili bazı saptamalar yapılmıştır. İlk olarak, enformel sektörde erkeklerden daha fazla sayıda kadın çalışmaktadır. İkincisi, enformel sektörde çalışan kadınların çoğu üretici, geçici veya sözleşmeli işçi olmak yerine kendi hesaplarına çalışmaktadır. Çok az sayıda kadın birilerini istihdam etmektedir. Genellikle erkekler aynı sektörde bile olsalar ya farklı türden ya da farklı ölçekten işler yapmaktadırlar. Bu cinsiyete dayalı iş bölümünün enformel sektörde de devam ettiğini göstermektedir. Üçüncü olarak ise enformel sektörde istihdam edilen kadın ve erkeklerin kazançları arasındaki farklar genel olarak daha fazladır.

Maria Mies (211:220), küresel kapitalizm ve ataerkilliğin birlikte işlediği kadın emeğinin sömürülmesi mekanizmasını Ev kadınlştırma enternasyonalı olarak açıklamaktadır. Yeni uluslararası iş bölümünün kadın emeği üzerinden nasıl çalıştığını ise altı madde ile açıklamaktadır. İlk olarak kapitalist birikim için kadın işgücünün uygun olduğunu ifade eder. İkinci olarak, dünya çapında kadınların “evkadını” olarak tanımlandıkları için emeklerinin görünmez olduğunu ifade eder. Bu yüzden emekleri “özgür emek” değil de “gelir getirici faaliyet” şeklinde görülmektedir. Bu yüzden erkek emeğine göre daha düşük ücretlidir. Üçüncü olarak, kadınlar “ev kadını” olarak tanımlandıkları için onların üzerinde politik ve ideolojik kontrol sağlayarak tek başlarına ve diğer işçi gruplarının dışında kalmaktadırlar. Dördüncü olarak, kadınlar, marjinalleşmiş, Ev kadınlştırılmış, özgür olmayan bir kadın grubu ortaya çıkmaktadır. Beşinci olarak, cinsiyete dayalı iş bölümü ve uluslararası iş bölümü özgür olmayan ev kadınları (esasen sömürgelerde ve kırsal kesimde yaşayan) üreticilerle zengin kentlerde veya ülkelerde yaşayan tüketiciler arasından bir ayrışma yaşanmaktadır. Son olarak, batılı süpermarketlerdeki metaların bolluğunun azgelişmiş ülkelerin ve özellikle o ülkelerdeki kadınların emeğinin aşırı sömürsünün ürünüdür.

Topçuoğlu Atasü (2010:106-123), çalışmasında, kapitalizm ile ataerkil toplumsal cinsiyet rejiminin birlikte kadınların enformel sektörde özellikle ev eksenli işlerde sömürülme mekanizmasını kadınların emeğinin saklanması, görünmez hale gelmesi, değersizleştirilmesi ve son olarak da kapitalist piyasada niteliğinin saklanarak değersizleşmesiyle açıklıyor. Ataerkil sistem, çalışmanın tamamını ev dışına çıkararak; kadınların evde yaptıkları ve kadın işi olarak kabul edilen işlerin iş olarak görülmemesini sağlamıştır. Bu sebeple; örgü, dikiş gibi işler ev işi olarak görülünce iş olarak değil de eş olma ya da annelik ya da kadınlık olarak tanımlanınca ücretli emeğin konusu olmaktan çıkmaktadır. Kadınlar böylelikle başkaları için yeniden üretim yapmak zorunda kalan bireyler haline gelmektedirler.

Topçuoğlu Atasü (2010:92), enformel sektörün en önemli unsurunun görünmez olması olarak açıklıyor. Hatta kapitalizmin enformelleşmesinin sebebinin kapitalizmin giderek görünmez hale gelmesiyle açıklanabileceğini vurguluyor. Yani, kapitalist sistemin “bilinçli saklama” kavramıyla açıkladığı biçimiyle üretimin belli bir kısmını görünmez hale getirdiğini belirtiyor. Böylelikle, kayıtsız ekonomide sosyal güvence masrafları olmadan emeğin istihdam edilmesi, devletin vergi ve bazı yasaklarından kaçınılması, işçi sağlığı ve güvenliği masraflarından kaçınmak mümkün olmaktadır. Enformel sektörde kadınların yaptığı işler (sanayiye yönelik ev eksenli işler, ücretli ev işleri, kırsal

kesimde ücretsiz aile işçiliği ve kadınların el işçiliği ile yaptıkları üretim), kadın işleri olarak tanımlandığı için nitelik gerektirmeyen ve değerli görülmeyen işler olarak kabul ediliyor. Bu yüzden enformel sektördeki çalışmayı daha görünür hale getirmek hem kadınların yaşam koşullarının iyileştirebilmek için hem de küresel kapitalizmin yerel, ulusal ve uluslararası sermaye birikimi ile birlikte sömürü ve eşitsizlik yaratan yapısını ortaya koymak için önem kazanıyor.

SONUÇ

Kadınların işgücüne katılımı 1980'lerden sonra artış gösterse de yukarıda belirtildiği gibi kadınların işgücünü katılımı erkekler ile eşit koşullarda gerçekleşmemektedir. Buna ek olarak, küresel kapitalizmin ve ataerkilliğin kadınların işgücüne katılımının koşullarını etkilemektedir. Bu yüzden Koggel'in (2003:169) belirttiği gibi, kadınların işgücüne katılımının artması onların refahını doğrudan olumlu yönde etkilememektedir. Kadınların işgücüne katılım sürecinde bazı engelleri şu biçimde sayılabilir. İlk olarak, kadınların çoğu nitelikli sayılan işlerde istihdam edilmek için gerekli eğitim olanaklarından sıklıkla faydalanamıyorlar. İkinci olarak, kadınlar cinsiyete dayalı iş bölümüne bağlı olarak ev-içi işlerden sorumlu görülüyorlar. Bu yüzden ücretli emek gücünde evdeki işleri (hanelerinin yaşamlarını devam ettirmesini sağlayan temizlik, yemek yapmak, bakım emeği gibi) sürdürmelerine engel olmayacak yarı zamanlı, geçici, ev eksenli işleri tercih edebiliyorlar. Bu da onların ücretlerinin düşük olmasına ve hanelerine (eşleri, babaları veya evdeki ataerkil otoriteye) bağımlı kalmayı sürdürmelerine sebep oluyor.

Bu çalışma kapsamında özellikle söz konusu edilen enformel sektörün genişlemesi, özellikle de 1980 sonrası küresel kapitalizmin etkisiyle az gelişmiş ülkelerde ekonomik krizler ve neo-liberal ekonomi politikalarının uygulanmasıyla da ortaya çıkmıştır. Enformel sektörün genişlemesi; küresel düzeyde ekonomik eşitsizliklerin artması, esnek ve fason üretimin artması, işgücünün giderek artan oranda güvencesiz ve geçici olarak istihdam edilmesiyle birlikte gerçekleşmektedir. Enformel sektörün, kayıt dışı biçimde gerçekleşmesi, kadınların enformel sektördeki varlığının gizlenmesine ve böylelikle değerinin görülmemesine ve ücretlerin de düşüklüğüne sebep olmaktadır. Bunlara ek olarak, ataerkil toplum yapısı içinde kadınların enformel sektördeki emeği iş olarak görülmediği için değersizleşmekte ve kadınlar için ekonomik bağımsızlık, güvence ve refah oluşturmamaktadır. Ayrıca enformel sektörde yapılan üretim de kayıt dışı olduğu için görülmemektedir. Bu yüzden hem enformel sektörün farklı alanlarını hem de kadın istihdamının enformel biçimlerini ortaya çıkararak küresel kapitalizmin ataerkil sistemle ilişkisini daha fazla gözler önüne sermeye ihtiyaç vardır.

KAYNAKÇA

1. Acar-Savran, G. (2004). *Beden emek tarih.* İstanbul: Kanat Kitap.
2. Aşkın, U., & Aşkın, E. Ö. (2019). İşgücü piyasasında enformel kadın işgücü: Ev eksenli çalışan kadınlara yönelik bir araştırma. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(1), 977-1001.
3. Bhasin, K. (2003). *Toplumsal Cinsiyet.* (A. Kader Çev.). Kadınlarla Dayanışma Vakfı Yayınları.
4. Bülbül H. (2014). Erkek Kimliğinin Oluşumundaki Faktörler: Emek, İktidar, Arzu. Editör H. Kuruoğlu ve B. Aydın, *Toplumsal Cinsiyet ve Medya*, (pp.1-16). Ankara: Detay Yayıncılık.
5. Carr, M., Chen, M. A., & Tate, J. (2000). Globalization and home-based workers. *Feminist Economics*, 6(3), 123-142.
6. Castells, M. ve Alejandro P. (1989). The World Underneath: The Origins, Dynamics, and Effects of the Informal Economy. Editör A. Portes, M. Castells, ve L. Benton, *Informal Economy: Studies in Advanced and Less Developed Countries*, (pp. 298–311). Baltimore, MD: Johns Hopkins University Press.
7. Çakır, S. (2008). Kapitalizm ve patriyarkaya karşı: Sosyalist feminizm. *Toplum ve Demokrasi dergisi*, 2(4), 185-196.
8. De Soto, H. (2000). *The mystery of capital: Why capitalism triumphs in the West and fails everywhere else.* London: Basic Books.
9. Dedeoğlu, S., ve Öztürk, M. Y. (2010). *Kapitalizm, ataerkillik ve kadın emeği Türkiye örneği.* İstanbul: Sav Yayıncılık.
10. Dökmen, Z. (2004). *Toplumsal Cinsiyet.* İstanbul: Sistem Yayıncılık.
11. Ecevit, Y. (1998). Türkiye’de Ücretli Kadın Emeginin Toplumsal Cinsiyet Temelinde Analizi. Editör A., B. Hacimirzaoğlu, *75 Yılda Kadınlar ve Erkekler*, (pp. 267-284). İstanbul: Türkiye İş Bankası Yayınları.
12. Ecevit, Y. (2007). Yoksulluğa Karşı Feminist Strateji. *Amargi*, 6, (14-18).
13. Eyüboğlu, A., Özar Ş. ve Tufan-Tanrıöver H. (1998). Kentli kadınların çalışma koşulları ve çalışma yaşamını terk etme nedenleri. Editör O. Çiftçi, *Yüzyılın sonunda Kadınlar ve Gelecek*, (pp. 207-216). Ankara: TODAİE.
14. Hartmann, H. (1976). Capitalism, patriarchy, and job segregation by sex. *Signs: Journal of women in Culture and Society*, 1(3, Part 2), 137-169.
15. Hartmann, H. (1976). Capitalism, patriarchy, and job segregation by sex. *Signs: Journal of women in Culture and Society*, 1(3), 137-169.

16. Hartmann. H. (2006). *Marksizim’le Feminizm’in Mutsuz evliliği*. İstanbul: Agora kitaplığı.
17. Jain, D. (2000). Feminisation and Globalisation. *Synopsis Series: NCRW, Cuny and Japan preparatory Committee Economic Dimension of Globalization pannel*.
18. Koggel, C. (2003). Globalization and women's paid work: expanding freedom?. *Feminist Economics*, 9(2-3), 163-184.
19. Memiş ve Özay (2011). Ev içi uğraşlardan karşılıksız emeğe: Türkiye üzerine yapılan çalışmalara ilişkin bir değerlendirme. Editör S. Sancar, *Birkaç arpa boyu... 21. Yüzyıla girerken Türkiye’de Feminist Çalışmalar*, (pp. 249-278). İstanbul: Koç Üniversitesi Yayınları.
20. Mies M. (2011). *Dünya ölçeğinde ataerki ve birikim: Uluslararası iş bölümünde kadınlar*. Ankara: Dipnot Yayınları.
21. Mies M., Thomsen Bennholdt ve Von Werlhof C. (2008). *Son sömürge Kadınlar*. İstanbul: İletişim Yayınları.
22. Mora, N. (2005). Kitle iletişim araçlarında yeniden üretilen cinsiyetçilik ve toplumda yansıması. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, (2)1, 1-7.
23. Özdemir, H. (2019). Toplumsal cinsiyet perspektifinde erkeklik ve kadınlık algısı: Bir alan araştırması. *Asya Studies*, 4(10), 90-107.
24. Öztürk Yaman M. ve Dedeoğlu S. (2010). Kapitalizm ve ataerki ilişkisi çerçevesinde kadın emeği. Editör S. Dedeoğlu ve M. Yaman Öztürk, *Kapitalizm, ataerkillik ve kadın emeği*, (pp.9-24). İstanbul: Sav Yayınları.
25. Pehlivan Vargen P. (2017). Toplumsal cinsiyet bağlamında kuramsal yaklaşımlar: bir literatür taraması, *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (16)31, 497-521.
26. Ranis, G., & Stewart, F. (1999). V-goods and the role of the urban informal sector in development. *Economic development and cultural change*, 47(2), 259-288.
27. Sanderson, K. ve Crompton, R. (1990). *Gendered jobs and social change*. Unwin Hyman: London.
28. Saraç S. (2013). Toplumsal Cinsiyet. Editör L. Gültekin, G. Güneş, C. Ertung, A. Şimşek, *Toplumsal cinsiyet ve yansımaları*, (pp 27-33). Ankara: Atılım üniversitesi
29. Sarkar S. (2007). Globalization and women at work: a feminist discourse. *International Feminist Summit, Southbank Convention Centre, Townsville*, (pp. 17-20).
30. Sayılan, F. (2012). *Toplumsal cinsiyet ve eğitim*. Ankara: Dipnot Yayınları.

31. Selçuk Ü. F. ve Tuzlukya Erdem Ş. (2013). Çalışma yaşamı ve kadın. Editör L. Gültekin, G. Güneş, C. Ertung, A. Şimşek, *Toplumsal cinsiyet ve yansımaları*, (pp. 4-16). Ankara: Atılım üniversitesi
32. Thomsen Bernholdt V. (2008). Kadın Emeginin Geleceği ve Kadına Yönelik Şiddet. Editör M. Mies, V. Benholdt- Thomsen, C. Von Werlhof, *Son Sömürge: Kadınlar*, (pp. 177–202). İstanbul: İletişim Yayınları.
33. Toksöz, G. (2009). Neoliberal piyasa ve muhafazakâr aile kıskacında Türkiye’de kadın emeği. Editör N. Mütevellioğlu ve S. Sönmez, *Küreselleşme, Kriz ve Türkiye’de Neoliberal dönüşüm*, (pp. 205-233). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
34. Topçuoğlu, Atasü R. (2010). Kapitalizm ve Ataerkillik Enformel Alanda Nasıl Eklemlenir? Bilinçli Saklama ve Saklayarak Değersizleştirme Mekanizmalarının Ev Eksenli Çalışmada İşleyişi. Editör S. Dedeoğlu ve M. Yaman Öztürk, *Kapitalizm, ataerkillik ve kadın emeği*, (pp.79-124). İstanbul: Sav Yayınları.
35. Topçuoğlu, Atasü R. (2012). Küreselleşme ve üretimin esnekleşmesi sürecinde kadın emeği. *TTB Mesleki Sağlık ve Güvenlik Dergisi*, 12(44), 3-9.
36. Ulutaş, Ç. Ü. (2009). Yoksulluğun kadınlaşması ve görünmeyen emek. *Çalışma ve Toplum*, 2(21), 25-40.
37. Urhan B. (2016). Kadın emeği ve toplumsal cinsiyet. Editör F. Saygılıgil, *Toplumsal cinsiyet tartışmaları*, (pp. 119-150). Ankara: Dipnot yayınları.
38. Walby, S. (2016). Patriyarka Kuramı. (H. Osmanoğlu Çev.). Ankara: Dipnot Yayınları
39. Wallerstein, I. (2011). *Dünya Sistemleri Analizi: Bir giriş*. (Çev. E. Abadoğlu). İstanbul: BGST Yayınları.

25. Bölüm

Pazarlama Alanında Yapay Zeka ile İlgili Yapılan Çalışmaların İncelenmesi

Muhammed Fatih CEVHER¹

¹ Dr. Öğr. Üyesi; Munzur Üniversitesi, Pertek Sakine Genç MYO Finans-Bankacılık ve Sigortacılık Bölümü, Türkiye, mfcevher@munzur.edu.tr, ORCID No: 0000-0002-0992-8118

ÖZET

GİRİŞ

Her geçen gün teknolojik bir gelişmenin yaşandığı ve teknolojik ivmenin çok sert olduğu günümüzde hem iş dünyasında hem de insanların günlük hayatlarında köklü değişiklikler yaşanmakta. Özellikle akıllı telefonlar ve sosyal ağların ortaya çıkmasından itibaren bu sürecin hızlandığı görülmektedir. Dijital dönüşümün etkileri son yıllarda daha belirgin bir şekilde izlenmektedir. İnsanların günlük hayatındaki rutinler, çalışma şekilleri, hatta diğer insanlarla iletişim şekli dahi değişmektedir. Birçok disiplin ve birçok araştırmacı dijital dönüşüm ve yapay zeka konusunda çalışmalar yapmakta ve bu değişimi farklı açılardan incelemektedir (Davenport, Guha, Grewal ve Bressgott, 2020; Chiang ve Yang, 2018; Erevelles, Fukawa, & Swayne, 2016). Pazarlama disiplini açısından ise dijital dönüşümün etkilerine hem tüketiciler hem de işletmeler kayıtsız kalmamaktadır. Son yıllarda dijital dönüşümün itici gücü olarak yapay zeka gündemde yerini almıştır. Günümüzde hemen hemen bütün disiplinlerde yapay zeka ve uygulamaları fazlasıyla incelenmektedir. Yapay zekadan en çok etkilenen alanlardan biri de pazarlamadır. Pazarlama da bu yeni teknolojik gelişimin etkisiyle uygulamalarında ve stratejilerinde değişime gitmektedir.

Yapay zeka temel anlamda “dijital bir bilgisayar veya bilgisayar kontrolünde bir robotun insanlarla ilişkilendirilen görevleri yapabilme yeteneğine sahip teknoloji” olarak tanımlanmaktadır (Elhajar ve Borna, 2021). Pazarlama ise tüketicilerin istek ve ihtiyacını karşılamak amacıyla ürünlerin üretilmesi, fiyatlandırılması, tutundurulması ve dağıtımını ifade etmektedir. Tüketicilerin istek ve ihtiyaçlarını karşılayabilmek bitmek bilmeyen bir çabayı temsil etmektedir. İşletmeler tüketici isteklerini karşılarken; karlılıklarını, çevrenin korunmasını ve sürekli değişen isteklere karşı hazırlıklı olmayı amaçlamaktadır (White, Habib, Hardisty, 2019). Bu noktada yapay zeka teknolojisi işletmelere yardımcı olabilmektedir. İşletmeler pazarlama stratejilerinde, müşteri etkileşimlerinde, verilerin analizi ve tahminlemede yapay zeka destekli uygulamalardan yararlanarak daha başarılı olabilmektedir. Dolayısıyla birçok disiplinde olduğu gibi pazarlama disiplini de yapay zekanın etkisinin artacağı düşünülmektedir. Bu noktada çalışma pazarlama ile yapay zeka konusunu incelemeyi amaçlamaktadır.

Pazarlama alanında yapay zeka ile ilgili yapılan çalışmaların incelenmesi bu çalışmanın ana amacını oluşturmaktadır. Çalışma bu doğrultuda öncelikle yapay zeka ve pazarlama konularını ayrı ayrı incelemekte ardından bu iki konunun ortak çalışıldığı çalışmaları bibliyometrik analiz ile detaylı bir şekilde incelemektedir. Çalışma konu ile ilgili yapılmış çalışmaların genel bir resmini sunmaya, yayın ve atıfların analiziyle alandaki eğilimleri keşfetmeye ve bu alanda çalışma yapmak isteyenlere rehberlik etmeye çalışmaktadır. Çalışma sonucunda pazarlama

alanında yapay zeka ile ilgili yapılan çalışmaların mevcut durumu değerlendirilmiş, benzer çalışmalardan farkı açıklanmış ve alanda çalışmak isteyenlere önerilere sunarak tamamlanmıştır.

Yapay Zeka

Yapay zeka (AI), "bir sistemin harici verileri doğru bir şekilde yorumlama, bu tür verilerden öğrenme ve bu öğrenmeleri esnek uyarılma yoluyla belirli hedeflere ve görevlere ulaşmak için kullanma yeteneği" olarak tanımlanır (Kaplan ve Haenlein, 2019). Ayrıca İnsanlarda var olan düşünme ve hissetme görevlerini yerine getirmek için ve bu yetenekleri taklit eden hatta bazı durumlarda aşabilmek için tasarlanan teknoloji yapay zeka olarak tanımlanmaktadır. Huang ve Rust (2018), yapay zekayı hizmet araştırmaları açısından "insan zekasının özelliklerini sergileyen makineler" olarak ifade etmektedir. Russell (2010) ise bilgisayar bilimi açısından yaklaşıp problem çözme gibi insanların bilişsek işlevlerini taklit eden zeka olarak tanımlamaktadır. Odağında insan hareketlerini taklit etme olan bu teknoloji tüketici araştırmalarında ise insan özelliklerinden algısal bilişsel ve konuşma işlevlerini gerçekleştirebilen herhangi bir makine olarak ifade edilmektedir. İnsan hareketlerini taklit eden bu teknolojinin yetenekleri arasında, konuşma tanıma, insan görüşünü ve dilini taklit etme ve analitik düşünme gibi yetenekler de yer almaktadır (Longoni, Bonezzi ve Morewedge, 2019).

Yapay zeka insanları taklit eden bir teknolojinin ötesinde, maliyet ve riskleri azaltan, güvenilirliği artırarak karmaşık sorunlar için ortaya yeni çözümler getiren ve tüm bunların sonucunda topluma fayda sağlayarak toplumu şekillendiren bir güç olarak görülmektedir (Taddeo & Floridi, 2018). Dolayısıyla birçok endüstri ve sektörler tarafından yaygın bir şekilde kullanılmaktadır (Campbell vd., 2020).

Davenport vd. (2020) yapay zekanın pazarlama ve iş dünyasına olabilecek etkilerinin anlaşılması için yapay zekayı; zeka düzeyi, görev türü ve bir robota bağlı olup olamama açısından üç boyutta incelemektedir. Zeka düzeyi görev otomasyonuna karşı bağlam farkındalığını görev türü ise metin, ses, görüntüler gibi sayısal olmayan verilere karşı analizi son olarak da bağlılıkla ifade edilen sanallık gerçeklik sürekliliğidir. Kaplan ve Haenlein (2019) ise zeka düzeyine göre analitik (bilişsel) zeka, insandan ilham alan (bilişsel ve duygusal) zeka ve insanlaştırılmış (bilişsel, duygusal ve sosyal) zeka olarak boyutlandırmıştır.

Pazarlama ve Yapay Zeka

Yapay zeka pazarlama açısından tüketicilere farklı şekillerde değer sunmada yeni alternatifler sunmaktadır. Yapay zeka, işletmelerin müşterilere teklifler

oluşturmasında, iletmesinde ve özelleştirmesinde kolaylık sağlamaktadır (Kumar, Rajan, Venkatesan & Lecinski, 2019). Yapay zeka teknolojilerinin, müşterilerle daha iyi iletişim ve etkileşim kurmak, müşteri deneyimini iyileştirmek, maliyetleri düşürmek, tüketici iç görüşlerini elde etmek ve tüketicilerle ilgili verilere ulaşmak gibi birçok noktada destek sağlamak adına pazarlamada kullanıldığı görülmektedir (Hall, 2019). İşletmeler, pazardaki değişiklikleri takip etmek ve sektördeki pazar büyümesini gözlemlemek için müşterilerinin önceki deneyimleri ilgili verileri toplayabilecektir. Ayrıca yapay zeka desteğiyle, müşteri ihtiyaçlarının belirlenmesi, pazar trendlerinin takip edilmesi gerçekleştirilebilecektir (Chiang ve Yang, 2018). Makine öğrenimi ile müşteri hedefleme, içerik önerileri yapma, kişiselleştirilmiş pazarlama ve en karlı reklam teklif fiyatını bulmada kolaylık sağlanmaktadır (Siau ve Yang, 2017).

Yapay zekanın pazarlama ve satış alanlarında, özellikle kişiselleştirilmiş hizmetler sunma, tüketici ve içgörülerini hakkında veri toplama ve işleme, tüketici davranışlarını izleme ve tahmin etme gibi konularda etkili olduğu görülmektedir (Chui vd., 2018). Son yıllarda geleneksel pazarlama stratejileri dijital pazarlama stratejileri ile entegre edilerek uygulanmaktaydı. Ancak yapay zeka teknolojilerinin etkisiyle dijital pazarlama ve yapay zeka teknolojileri birleştirilerek daha etkili ve verimli bir hale dönüştürüldü (Forrest ve Hanca, 2015). Pazarlamada yapay zeka teknolojileri, ürünle ilgili maliyeti düşürücü ve yenilikçi yaklaşımlar, ürünün müşteriler tarafından tasarlanması, ürünün daha ulaşılabilir hale gelmesi gibi ürün üzerinden stratejiler yürütmektedir. Öte yandan işletmeciler açısından yapay zeka desteğiyle ürünlerin dinamik fiyatlandırılması yapılmaktadır. Müşterilerle iletişim ve etkileşim, dijital reklamcılık, müşteri deneyimi ve yapay zeka destekli dağıtım stratejileri hem işletmelerin hem de tüketicilerin bu teknolojiden faydalanmasını sağlamaktadır (Nanayakkara, 2020). Buna ek olarak, değer yaratmak için kaynakların farklılaştırılması ve etkin kullanımı, işletmelerin uzun vadede gelirlerini artırmaya ve maliyetleri düşürmesine yardımcı olabilmektedir (Wright, Robin, Stone & Aravopoulou, 2019; Erevelles, Fukawa & Swayne, 2016; Chiang & Yang, 2018).

YÖNTEM

Pazarlama alanında yapay zekâ ile ilgili yapılan yayınların incelenerek eğilimlerinin belirlenebilmesi amacıyla yürütülen bu çalışmada metodolojik olarak bibliyometrik metodoloji tercih edilmiştir. Bibliyometrik analiz ile belirlenen konu kapsamında yapılan çalışmaların incelenerek çalışmaların genel profillerinin ve eğilimlerinin ortaya çıkarılması hedeflenmektedir (Rey-Martí, Ribeiro-Soriano ve Palacios-Marqués, 2016).

Bibliyometrik Analiz Yöntemi

Literatür hacmi bütün alanlarda artmış ve artmaya da devam etmektedir. Araştırmacıların belli bir konudaki literatürü incelemeleri zorlaşmaktadır. Materyalin değerlendirilmesi ve sentezlenmesi ile bir çalışma alanı geliştirilebilir. Bu nedenle bibliyometrik analiz yöntemi öne çıkmaktadır. Barca ve Hiziroğlu (2009) ise bibliyometrik analiz ile incelenen yayınların anahtar kelime kullanımı, yazar katkıları, aldıkları atıf sayıları, yayımlandıkları dergileri, yıllara göre nasıl değiştiği gibi özelliklerinin ortaya çıkarıldığını ifade etmektedirler. Çalışmada pazarlama ve yapay zeka ilişkisini anlamak amacıyla bibliyometrik analiz yöntemi kullanılmıştır. Aslında bilimsel bir literatür incelemesinde sistematik literatür taraması ve meta-analiz yaklaşımları ön plana çıkmaktadır. Bu iki yaklaşımın avantajları olduğu gibi ikisinin de zaman alıcı olması, sınırlı kaynakların incelenebilmesi ve yazarın öznelliğinin de etkisi olabilmektedir (Crain ve Mahard, 1983; Behzadian vd., 2010; Morioka ve Carvalho; 2016). Yapay zekanın pazarlama alanındaki uygulamaları ile ilgili yayınların incelendiği bu çalışmada bibliyometrik analiz ile mevcut eğilimleri ve yayınların yazar, atıf ve ülkeler açısından değerlendirilmesi yapılmaktadır. Donthu vd. (2021) bibliyometrik analizlerde adım adım izlenebilmesi adına bir kılavuz önermektedirler. Bu kılavuzun adımları Şekil 1’de verilmiştir.



Şekil 1. Bibliyometrik Analiz Klavuzu (Dontu vd., 2021:1-25)

Pazarlama alanında yapay zekâ ile ilgili yapılan yayınlar çalışmanın kapsamını belirlenmiştir. Belirlenen kapsamda incelenecek yayınlara Web of Science (WoS) bilimsel veri tabanından ulaşılmıştır. Tablo 1’de verilen sorgu ifadesine göre 15.08.2023 tarihinde belirlenen anahtar sözcüklerle WoS’da yapılan tarama sonucunda 160 adet çalışmaya ulaşılmıştır. Herhangi bir tarih aralığı gözetmeden yapılan bu taramada sadece yayın dili İngilizce olan makaleler çalışmaya dahil edilmiştir.

Tablo 1. Arama Sorgusu

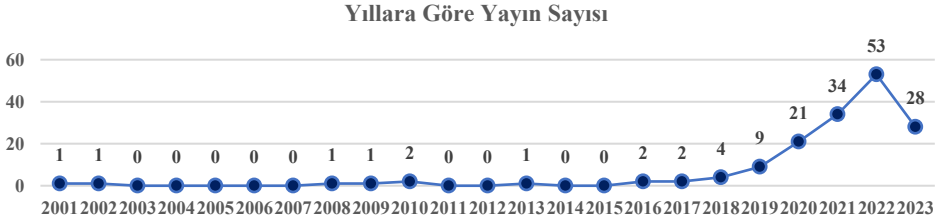
(((TI=("marketing"))) AND TI=("artificial intelligence"))) AND DT=(Article)) AND LA=(English)

Çalışmaya dahil edilen yayınlara ait ham veriler bibliyometrik veri (bibtex dosyası) olarak WoS veri tabanından indirildikten sonra RStudio programında bibliometrix paketi kullanılarak analiz edilerek bulgular ortaya çıkarılmıştır.

BULGULAR

Yıllara Göre Yayınların Dağılımına Ait Bulgular

Pazarlama alanında yapay zekâ ile ilgili yapılan yayınların yıllara göre dağılımlarına ait bulgular Şekil 2’de verilmiştir.

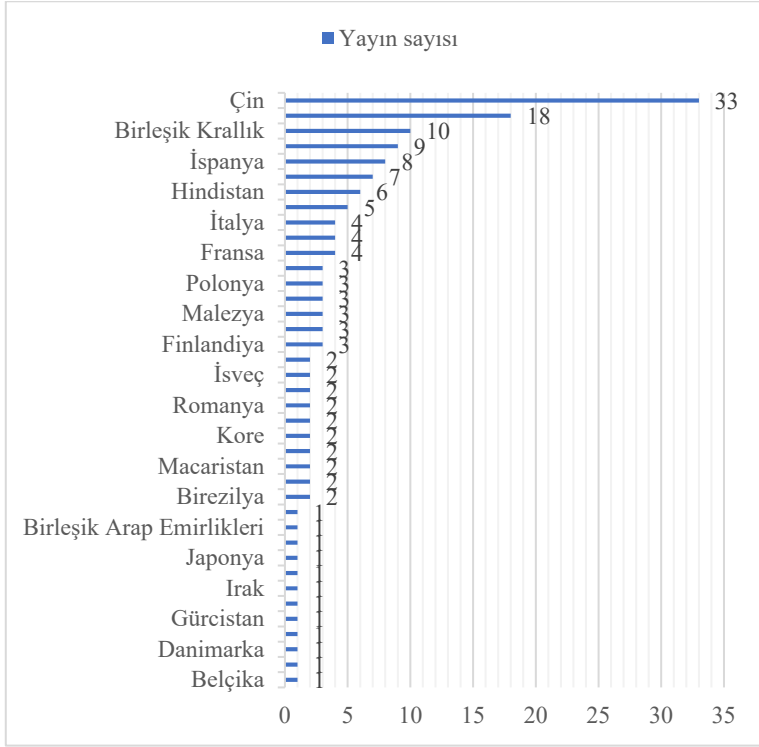


Şekil 2. Yıllara Göre Yayınların Dağılımı

Şekil 2’ye göre çalışmaya dahil edilen yayınların oluşturduğu veri setinde ilk olarak 2001 yılına ait yayının olduğu görülmektedir. 2016 yılına kadar düzenli bir eğilimden söz edilemese de 2016 yılı itibariyle yıllara göre yayın sayısında bir artış görülmektedir. 2023 yılı henüz sonlanmamış bir yıl olduğundan bu yıla ait toplam yayın sayısı henüz tespit edilememiştir. 2001 yılında itibaren 2017 yılına kadar sabit bir yayın grafiği olmasına rağmen 2017 yılı itibariyle yayın ivmesinin arttığı görülmektedir.

Ülkelere Göre Yayınların Dağılımına Ait Bulgular

İncelenen yayınlarda yayınların sorumlu yazarlarının ülkelerine ait bulgular Şekil 3’te verilmiştir.



Şekil 3. Ükelere Göre Yayınların Dağılımı

Şekil 3 incelendiğinde en fazla yayın yapılan ülkenin Çin (n=33) olduğu görülmektedir. Amerika Birleşik Devletleri (n=18) yapılan yayın sayısına göre ikinci sırada yer almaktadır. Üçüncü sırada ise Birleşik Krallık Çin (n=10) yer almaktadır.

Yayın sayısına göre ele alınan bu sıralama yayınların aldıkları atıflara göre sıralandığında sıralama değişmektedir. Yayınların yapıldığı ülke ve ülkelere ait yayınların aldıkları atıf sayıları Şekil 4'te verilmiştir.

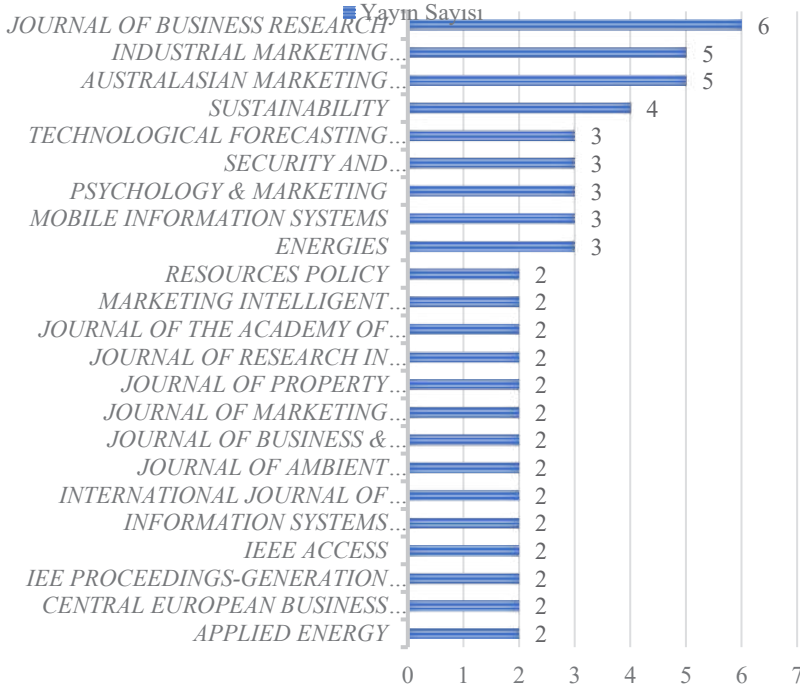
Tablo 2. Ükelere Ait Yayınların Atıf Sayılarına Göre Dağılımı

Ülke	Toplam Atıf	Ortalama Makale Atıfları
Çin	471	14,30
Hollanda	449	149,70
ABD	312	17,30
Birleşik Krallık	219	21,90
Fransa	152	38,00
İspanya	133	16,60
Kanada	115	16,40
Finlandiya	113	37,70
İsveç	99	49,50
Almanya	93	10,30
İtalya	91	22,80
Norveç	59	29,50
Romanya	35	17,50
Polonya	29	9,70
Avustralya	25	5,00
Japonya	25	25,00
Yunanistan	24	24,00
Hindistan	21	3,50
İran	19	4,80
İsrail	17	17,00
İrlanda	13	6,50
Suudi Arabistan	12	4,00
Kolombiya	8	8,00
Birleşik Arap Emirlikleri	8	8,00
Macaristan	5	2,50
Brezilya	4	2,00
Gana	4	1,30
Danimarka	2	2,00
Malezya	2	0,70
İsviçre	2	1,00
Belçika	1	1,00
Çek Cumhuriyeti	1	0,50
Kore	1	0,50
Ekvador	0	0,00
Gürcistan	0	0,00
Irak	0	0,00
Rusya	0	0,00
Güney Afrika	0	0,00
Vietnam	0	0,00

Tablo 2'ye göre sahip olduğu yayınlardan aldıkları atıf sayılarına göre yapılan sıralamanın birinci sırasında Çin (n=471) yer almaktadır. Hollanda (n=449) ise ikinci sırada en fazla atıf alan yayına sahip ülke olmuştur. Bu sıralamayı Amerika Birleşik Devletleri (n=312) ve Birleşik Krallık (n=219) takip etmiştir.

Dergilere Göre Yayınların Dağılımına Ait Bulgular

İncelenen yayınlarda yayınların yayımlandığı dergilere ait bulgular Şekil 4’te verilmiştir.



Şekil 4. Dergilere Göre Yayınların Dağılımı

Şekil 4’e bakıldığında incelenen yayınlarda yayın aracı olarak en fazla tercih edilen dergi Journal of Business Research (n=6) dergisi olmuştur. Industrial Marketing Management (n=5) ve Australasian Marketing Journal (n=5) dergileri ise ikinci sırada tercih edilen dergiler olmuştur. Sustainability (n=4) dergisi de tercih edilen dergiler sıralamasında üçüncü sırada yer almıştır. Dergilerin h index ve toplam atıf sayıları açısından dağılımları Tablo 3’te sunulmuştur. Yayın sayısı ikinin altında olan dergiler Şekil 4’e dahil edilmemiştir.

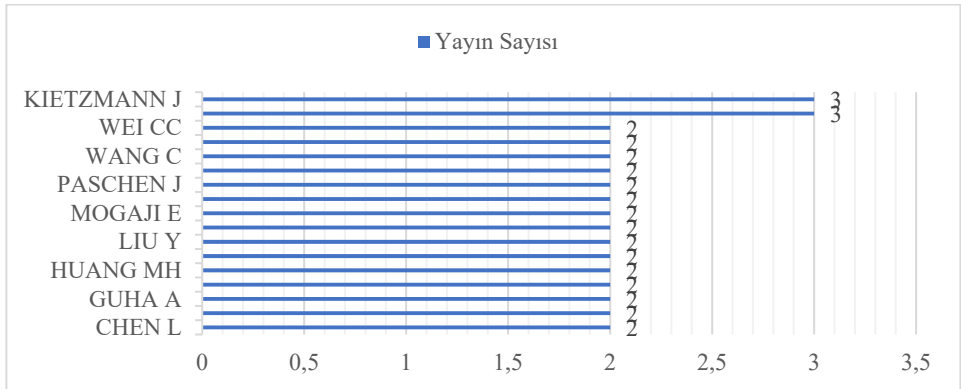
Tablo 3. h_index ve toplam atıf sayılarına göre dergilerin dağılımı gösterilmektedir. (Tabloya sadece h_index 2 ve üzeri olan dergiler dahil edilmiştir.)

Dergi Adı	h_index	Toplam Atıf Sayısı
<i>Industrial Marketing Management</i>	4	192
<i>Australasian Marketing Journal</i>	4	82
<i>Journal of Business Research</i>	3	191
<i>Journal of The Academy of Marketing Science</i>	2	609
<i>IEE Proceedings-Generation Transmission and Distribution</i>	2	125
<i>Journal of Business & Industrial Marketing</i>	2	115
<i>IEEE Access</i>	2	62
<i>Information Systems Frontiers</i>	2	52
<i>Energies</i>	2	45
<i>Technological Forecasting and Social Change</i>	2	39
<i>Applied Energy</i>	2	28
<i>Central European Business Review</i>	2	28
<i>Marketing Intelligent Systems Using Soft Computing: Managerial and Research Applications</i>	2	19
<i>Mobile Information Systems</i>	2	6
<i>Sustainability</i>	2	5

Tablo 3'e göre h_index puanları dikkate alındığında Industrial Marketing Management dergisi birinci sırada yer alırken Australasian Marketing Journal dergisi ikinci sırada Journal of Business Research dergisi ise üçüncü sırada yer almaktadır.

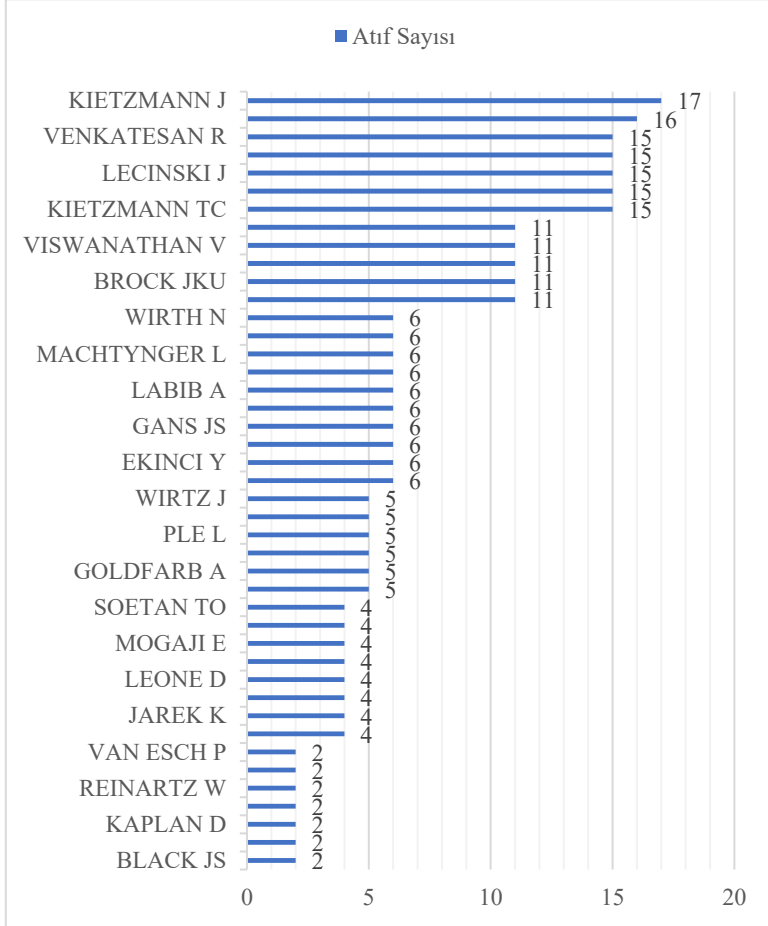
Yazarların Üretkenliğine Ait Bulgular

İncelenen yayınlarda yayınların yazarlarına yayın sayılarına ait bulgular Şekil 5'te verilmiştir.



Şekil 5. Yazarların Yayın Sayılarına Göre Dağılımı

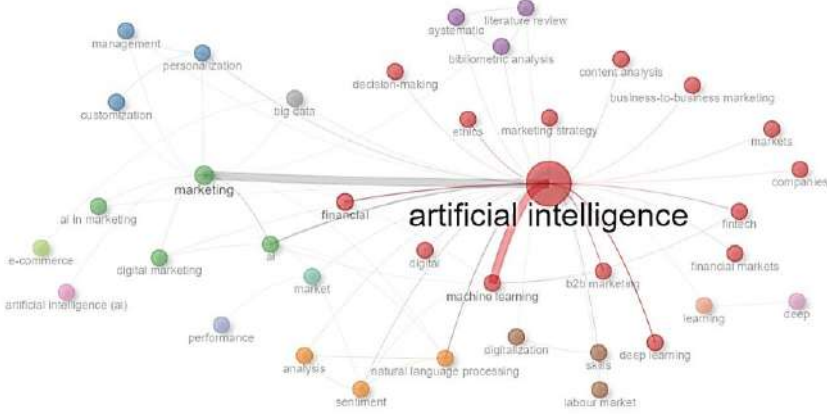
Şekil 5'e göre Kietzmann (n=3) ve Gans (n=3) en fazla yayını yapan yazar olarak birinci sırada yer almaktadır. Yazarların aldıkları atıf sayılarına göre dağılımlarına ait bulgular Şekil 6'da verilmiştir. Yayın sayısı ikiden az olan yazarlar Şekil 5'e dahil edilmemiştir.



Şekil 6. Yazarların Aldıkları Atıf Sayılarına Göre Dağılımı

Şekil 6 incelendiğinde Kietzmann (n=17) en fazla atıf alan yazar olarak birinci sırada yer alsa da Gans'ın sıralaması değişmektedir. Yazarlara ait iş birliğine ile ilgili bulgular ise Şekil 7'de gösterilmektedir. Atıf sayısı ikiden az olan yazarlar Şekil 6'ya dahil edilmemiştir. Şekilde en az iki ve daha fazla atıfa sahip yazarlar görülmektedir.

(n=6) olmuştur. Yayınlarda kullanılan anahtar kelimelerin birlikte kullanımına dair ilişki durumları Şekil 9’da verilmiştir.



Şekil 9. Yayınlarda Kullanılan Anahtar Kelimelerin İlişki Durumu

Şekil 9’a göre “artificial intelligence” kelimesinin merkezde yer aldığı, “machine learning” ve “marketing” kelimeleriyle birlikte sık kullanıldığı ve aralarındaki ilişkinin diğer kelimelere göre daha güçlü olduğu görülmektedir.

TARTIŞMA VE SONUÇ

Pazarlama alanında yapay zeka ile ilgili yapılan yayınların incelendiği bu çalışmada “marketing” ve “artificial intelligence” anahtar kelimeleri ile tarih aralığı gözetmeden, İngilizce dilinde ve makale formatında olan yayınlar kapsamı baz alınmış ve 160 makaleye ulaşılmıştır. Schiessl vd. (2022) pazarlamada yapay zeka konusunu bir sistematik inceleme ve ağ analizi ile araştırmıştır. Çalışma sonucunda, verilerden yola çıkarak üç ana tema olan marka rolü, etkileşim bileşenleri ve etkileşimin sonuçları vurgulanmaktadır. Han vd (2021) pazarlamada yapay zekayı işletmeler arası (B2B) açısından incelemiştir. Sadece işletmeler arası ilişki açısından incelendiğinden çalışmamızdan farklılaşmaktadır. Ancak pazarlama ile yapay zeka konusundaki yayınlarda öne çıkan temalar benzerlik göstermektedir. Ekinci ve Özsaatçi (2023) yapay zeka ve pazarlama alanındaki çalışmaları Scopus veritabanı üzerinden, Chintapalati ve Pandey (2022) ise Scopus, Google Scholar, Sage, Springer, Emerald gibi veritabanları üzerinden incelemiştir. Sap ve Özdemir (2022) pazarlamada yapay zeka konusunu Ocak 2010 ve Haziran 2020 tarihleri arasıyla sınırlandırarak incelemiştir. Çalışmamız diğer çalışmalardan farklı olarak Web of Science veritabanında herhangi bir tarih sınırlaması olmadan sadece makale formatındaki yayınları incelemektedir.

2001 yılında itibaren 2017 yılına kadar sabit bir yayın grafiği olmasına rağmen 2017 yılı itibariyle yayın ivmesinin arttığı görülmektedir. Bu durum bahsedilen yıllarda yapay zeka ile pazarlama arasında güçlü bir ilişkinin olmadığı ve araştırmacılar açısından yeterince ilgi görmediği şeklinde yorumlanabilmektedir. 2016 yılından itibaren dijitalleşmenin etkisinin iş dünyasında belirgin görülmesi ile teknoloji odaklı uygulamaların kullanılması yapay zeka ve benzeri uygulamaları da gündeme getirmiştir. Büyük veri, makine öğrenimi ve derin öğrenme gibi yapay zeka teknolojilerinin son yıllarda yaygın kullanımı, pazarlama stratejilerinde de etkisini göstermiş ve pazarlama araştırmacılarının da konuya olan ilgisini artırmış diye de yorumlanmaktadır. Bu sonuç Schiessl, Dias ve Korelo (2022), Vlacic vd., (2021), Çizer (2022), Mekhail, Salminen, Ple ve Wirtz (2021), Anayat ve Rasoosl (2022), Chintalapati ve Pandey (2022), Ekinci ve Özsaatçı (2023) çalışmalarının sonuçlarıyla paralellik göstermektedir. Ayrıca teknoloji ve yapay zeka alanındaki gelişmelere bağlı olarak bu alanda önümüzdeki yıllarda fazlasıyla çalışma eğilimi görülmektedir (Lele, 2019; Vom Lehn, 2016).

Durgun bir yayın grafiğinin son yıllarda artış göstermesi; yapay zeka uygulamalarının pazarlama alanında kullanıldığı, bu alanların artık birbirleriyle etkileşim içinde olduğu ve her geçen gün yeni uygulamalarla daha da artacağı şeklinde yorumlanabilir. Bu artış araştırmacıların konulara olan ilgisini de artıracak ileride alanda daha fazla yayın olabileceği beklenmektedir.

Yayınların ülkelere göre dağılımı açısından ilk üç sıralamadaki ülkeler (ABD, Çin ve İngiltere) dikkat çekmektedir. Bu sonuç Çizer (2022), Ekinci ve Özsaatçı (2023) çalışmalarıyla uyumludur. Yine Han vd. (2021) B2B açısından inceledikleri çalışmalarda ABD yayın sıralamasında ilk sırada yer almıştır. Teknolojik açıdan ABD ve Çin son yıllarda genellikle zirvede olan ülkeler olması nedeniyle aslında bu sıralama beklenen bir durumdur (Paschen vd. 2019). Çin teknoloji alanına sürekli yatırım yapmakta ve araştırma merkezleri sayısını artırmaktadır. Bu yatırımlar yapay zeka teknolojisini de içerdiğinde bu alanda akademik yayınlarının fazla olması da muhtemeldir. ABD ise yine Çin gibi teknolojik yatırımlarını sürdürmekte özellikle inovasyon ve girişimcilik alanında da atılımlarını sürdürmektedir. Birleşik Krallık açısından yayınların fazla olması da Çin ve ABD kadar öne çıkmasa da teknoloji yatırımları ve ülkede bulunan saygın üniversitelerin etkisiyle yayın sayısında öne çıkmış olabilir. Sonuç olarak bahsedilen ülkelerin yayın sıralamalarında ilk sıralarda yer alması; teknolojik alt yapılarının güçlü olması, bu alanlara yapılan yatırımlarının fazla olması ve bu alandaki çalışmalara önem vermeleri ile yorumlanabilir.

Yayınların atıf sayıları açısından yapılan incelemede Çin'in yayın sayısında da olduğu gibi yine birinci sırada yer aldığı görülmektedir. Ancak yayın sayısı

sıralamasında alt sıralarda yer alan Hollanda'nın atıf sayıları sıralamasında ikinci sırada yer aldığı, ABD ve Birleşik Krallık ülkeleri ise birer sıra geriye düştüğü görülmüştür. Bu değişikliğin sebepleri yorumlandığında; yayın kalitesi ve etkisi açısından Hollanda'da yapılan çalışmaların daha kaliteli, dikkat çekici veya etkili olduğu sonucuna ulaşılabilir. Öte yandan Hollanda'nın atıf sayılarında yüksek sıralarda yer alması kullanılan veri kalitesi ve metodoloji ile de açıklanabilir. Çalışmaların verilerinin ve metodolojisinin iyi yapılması daha fazla atıf almasına ve Hollanda'nın yayın atıfları açısından diğer ülkelere oranla daha iyi konuma gelmesine neden olabilmektedir. Çizer (2022) çalışmasında incelenen veri setinin farklılığından dolayı ülkelere ait atıf sayılarında sırayla ABD, Birleşik Krallık ve Hollanda sıralamasına ulaşmıştır.

Pazarlama ve yapay zeka ilgili çalışmaların yer aldığı makaleler incelendiğinde hangi dergilerin tercih edildiği sıralama ile gösterilmiştir. Bu sıralama konuyla ilgili hangi dergilerin daha etkili ve tercih edilebilir olduğu hakkında bilgi verebilir. Öte yandan yazarların yayın tercihlerinde, hangi dergilerin daha iyi algılandığı ile ilgili bilgi verebilir. Journal of Business Research dergisi yayın sıralamasında üst sırada yer almasına rağmen toplam atıf sayısı açısından incelendiğinde daha alt sıralarda yer almaktadır. Bu sonuç Ekinci ve Özsaatçi (2023), Vlacic, Corbo, Silva ve Dabic (2021) sonuçlarıyla paraleldir. Bu noktada yine yayın sayısının fazla olmasının tek başına yeterli olmadığı yayınları yapılan atıf sayısı ile değerlendirilmesi gerektiği de düşünülebilir.

Yazarların üretkenlik durumu incelendiğinde Kietzman ve Gans'ın en fazla yayına öne çıktığı görülmektedir. Han vd., (2021) Anayat ve Rasool (2022) de çalışmalarında Kietzman'a vurgu yapmaktadır. Ancak atıf sayılarına göre yazarlar incelendiğinde yine Kietzman ilk sırada yer almasına rağmen Gans'ın daha aşağıda sıralara düştüğü görülmektedir. Yazarların iş birliği ağ durumu, yayınlarda en fazla etkiye sahip olan Kietzmann'ın, Paschen iş birliği içerisinde olduğu şeklindedir.

Yayınlarda kullanılan anahtar kelimeler incelendiğinde; sırasıyla yapay zeka, pazarlama ve makine öğrenimi kelimeleri ön plana çıkmaktadır. Bu sıralama incelenen yayınlarda en çok sıklığı olan kelimelerdir. Çizer (2022) çalışmasında da aynı sonuca ulaşmaktadır. Yayınlarda kullanılan anahtar kelimelerin ilişki durumu incelendiğinde; yapay zeka kelimesi, makine öğrenimi ve pazarlama kelimeleriyle sık kullanılmış ve merkezde yer almıştır. Bu üç kelime hem diğer kelimelere kıyasla öne çıkmakta ve bu üç kelime arasındaki ilişki diğer kelimelere göre daha güçlü olmaktadır.

Özetle pazarlama alanında yapay zeka ile ilgili çalışmaların artacağı literatürle desteklenerek bu çalışmayla ortaya koyulmuştur. Çalışma ile pazarlama alanında yapay zeka ile ilgili çalışmalar; “marketing” ve “artificial intelligence” anahtar

kelimeleri ile zaman sınırlaması olmadan Web of Science veri tabanında incelenmiştir. Literatürde yapay zeka kelimesi ile ilişkili “Makine Öğrenimi”, “Chatbot”, “Büyük Veri”, “Veri Madenciliği”, “Derin Öğrenme”, “sanal gerçeklik”, artırılmış gerçeklik” gibi kelimelerle yapılacak çalışmalardan daha detaylı ve farklı sonuçlar çıkabileceği düşünülmektedir. İncelenen veri tabanlarının daha fazla olması yine sonuçlarda farklılık oluşturabileceğinden alanda çalışma yapacak kişilerin bu kriterleri göz önünde bulundurarak araştırma yapmaları tavsiye edilmektedir. Ayrıca yapay zekanın geleceği konusundaki belirsizlik ve etikle ilgili durumlar literatürde yetersiz kalınan alanlar olarak görülmektedir. Araştırmacıların bu konulara eğilimi ile alana katkı sağlayabileceği düşünülmektedir.

REFERANSLAR

1. Anayat, S., & Rasool, G. (2022). Artificial intelligence marketing (AIM): connecting-the-dots using bibliometrics. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 1-22.
2. Barca, M., & Hiziroğlu, M. (2009). 2000'li Yıllarda Türkiye'de Stratejik Yönetim Alanının Entellektüel Yapısı. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 4(1), 113-148.
3. Behzadian, M., Kazemzadeh, R. B., Albadvi, A., & Aghdasi, M. (2010). Promethee: A comprehensive literature review on methodologies and applications. *European Journal of Operational Research*, 200(1), 198–215. <https://doi.org/10.1016/j.ejor.2009.01.021>
4. Campbell, C., Sands, S., Ferraro, C., Tsao, H.-Y., & Mavrommatis, A. (2020). From data to action: How marketers can leverage AI. *Business Horizons*, 63(2), 227–243.
5. Chiang, L. L. L., & Yang, C. S. (2018). Does country-of-origin brand personality generate retail customer lifetime value? A Big Data analytics approach. *Technological Forecasting and Social Change*, 130, 177-187.
6. Chintalapati, S., & Pandey, S. K. (2022). Artificial intelligence in marketing: A systematic literature review. *International Journal of Market Research*, 64(1), 38-68.
7. Chui, M., Manyika, J., Miremadi, M., Henke, N., Chung, R., Nel, P., & Malhotra, S. (2018, April). Notes from the AI frontier: Applications and value of deep learning. McKinsey global institute.
8. Crain, R. L., & Mahard, R. E. (1983). The effect of research methodology on desegregation achievement studies: A meta-analysis. *American Journal of Sociology*, 88(5), 839–854.
9. Çizer, E. Ö. (2022). Pazarlamada Yapay Zeka Uygulamaları. *Dijitalleşen Dünyada Birey, Toplum, Siyaset Kongresi Bildiri Özetleri*, 9.
10. Davenport, T. H., & Ronanki, R. (2018). Artificial intelligence for the real world. *Harvard Business Review*, 96(1), 108–116.
11. Davenport, T., Guha, A., Grewal, D., & Bressgott, T. (2020). How artificial intelligence will change the future of marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 48(1), 24–42.
12. Donthu, N., Kumar, S., Mukherjee, D., Pandey, N., & Lim, W. M. (2021). How to conduct a bibliometric analysis: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 133, 285-296.
13. Elhajjar, S., Karam, S., & Borna, S. (2021). Artificial intelligence in marketing education programs. *Marketing Education Review*, 31(1), 2-13.

- 14.Erevelles, S., Fukawa, N., & Swayne, L. (2016). Big Data consumer analytics and the transformation of marketing. *Journal of business research*, 69(2), 897-904.
- 15.Ekinci, G., & Özsaatçı, F. G. B. (2023). Yapay Zekâ ve Pazarlama Alanındaki Yayınların Bibliyometrik Analizi. *Sosyoekonomi*, 31(56), 369-388.
- 16.Forrest, E., & Hoanca, B. (2015). Artificial intelligence: Marketing's game changer. In Edward Forbes and Bogdan Hoanca *Trends and innovations in marketing information systems* (pp. 45–64). IGI Global
- 17.Hall, Jason. (2019). *"How artificial intelligence is transforming digital marketing."* Hg. v. Forbes. Online verfuğbar unter [https://www. forbes. com/sites/forbesagencycouncil/2019/08/21/how-artificial-intelligence-istransforming-digital-marketing](https://www.forbes.com/sites/forbesagencycouncil/2019/08/21/how-artificial-intelligence-istransforming-digital-marketing) adresinden 14 Ağustos 2023 tarihinde alınmıştır.
- 18.Han, R., Lam, H. K., Zhan, Y., Wang, Y., Dwivedi, Y. K., & Tan, K. H. (2021). Artificial intelligence in business-to-business marketing: a bibliometric analysis of current research status, development and future directions. *Industrial Management & Data Systems*, 121(12), 2467-2497.
- 19.Huang, M. H., & Rust, R. T. (2018). Artificial intelligence in service. *Journal of service research*, 21(2), 155-172.
- 20.Kaplan, A., & Haenlein, M. (2019). Siri, Siri, in my hand: Who's the fairest in the land? On the interpretations, illustrations, and implications of artificial intelligence. *Business Horizons*, 62(1), 15–25.
- 21.Lele, A. 2019. Big data. *Smart Innovation, Systems and Technologies* 132: 155–165.
- 22.Longoni, C., Bonezzi, A., & Morewedge, C. K. (2019). Resistance to medical artificial intelligence. *Journal of Consumer Research*, 46(4), 629-650.
- 23.Mekhail, M., Salminen, J., Ple, L., & Wirtz, J. (2021). Artificial intelligence in marketing; bibliometric analysis, topci modeling and research agenda. *J. Bus. Res.* forthcoming.
- 24.Morioka, S. N., & de Carvalho, M. M. (2016). A systematic literature review towards a conceptual framework for integrating sustainability performance into business. *Journal of Cleaner Production*, 136(Part A), 134–146.
- 25.Nanayakkara. (2020). Application of artificial intelligence in marketing mix: A conceptual review. *International Conference on Business and Information (ICBI)*, (pp. 530–542). Srilanka.

26. Paschen, J., Kietzmann, J. and Kietzmann, T.C. (2019), "Artificial intelligence (AI) and its implications for market knowledge in B2B marketing", *Journal of Business and Industrial Marketing*, Vol. 34 No. 7, pp. 1410-1419.
27. Rey-Martí, A., Ribeiro-Soriano, D., & Palacios-Marqués, D. (2016). A bibliometric analysis of social entrepreneurship. *Journal of Business Research*, 69(5), 1651–1655.
28. Russell, S. J. (2010). *Artificial intelligence a modern approach*. Pearson Education, Inc.
29. Sap, S., & Özdemir, B. M. A. (2023). Review of Artificial Intelligence Studies in Marketing. *Perspectives of AI: Past, Present, Future*, 45.
30. Schiessl, D., Dias, H. B. A., & Korelo, J. C. (2022). Artificial intelligence in marketing: A network analysis and future agenda. *Journal of Marketing Analytics*, 10(3), 207-218.
31. Siau, K. L., & Yang, Y. (2017). *Impact of artificial intelligence, robotics, and machine learning on sales and marketing*. MWAIS 2017 Proceedings, 48. <https://aisel.aisnet.org/mwais> adresinden 14 Ağustos 2023 tarihinde alınmıştır.
32. Taddeo, M., & Floridi, L. (2018). How AI can be a force for good. *Science*, 361(6404), 751-752.
33. White K, Habib R, Hardisty DJ (2019) How to SHIFT consumer behaviors to be more sustainable: a literature review and guiding framework. *J Mark* 83(3):22–49.
34. Wright, L. T., Robin, R., Stone, M., & Aravopoulou, D. E. (2019). Adoption of Big Data technology for innovation in B2B marketing. *Journal of Business-to-Business Marketing*, 26(3-4), 281-293.
35. Vom Lehn, D. 2016. Data, now bigger and better! *Consumption Markets & Culture* 21 (1): 101–103.

26. Bölüm

Siyasal Kültür Bağlamında Çoğulcu ve Çoğunlukçu Demokrasi Anlayışı

Muhammed Ramazan DEMİRCİ¹

¹ Öğr. Gör.; Giresun Üniversitesi Keşap Meslek Yüksekokulu, Toptan ve Perakende Satış Bölümü, muhammed.demirci@giresun.edu.tr, ORCID No: 0000-0002-6726-7370

ÖZET

GİRİŞ

Siyasal kültür, bir toplumun siyasi değerlerini, tutumlarını ve normlarını yansıtan bir kavramdır. Demokrasi ise, halk egemenliğine dayanan bir yönetim biçimidir, bu sistemde bireyler eşit siyasi haklara sahiptir ve aktif katılım teşvik edilir. Siyasal kültür, demokratik değerlerin yaygınlaşmasına ve demokrasinin sürdürülebilirliğine katkı sağlar. Bir toplumda demokratik bir siyasal kültür varsa, bireyler siyasi işlere katılır, siyasi liderlere hesap sorar ve toplumsal adalet ve eşitlik için mücadele eder. Ayrıca, demokratik bir siyasal kültür hoşgörü, diyalog, anlayış ve uzlaşma gibi değerleri içinde barındırır ve farklı görüşlere ve çıkarlara saygı gösterir.

Siyasal kültürün önemi, demokrasiyi güçlendirmek ve sürdürmek açısından büyük bir öneme sahiptir. Demokratik değerlerin yaygınlaşması, siyasal kültürün eğitim, iletişim ve toplumsal katılım aracılığıyla geliştirilmesiyle mümkün olabilir. Siyasi liderler, sivil toplum kuruluşları ve eğitim kurumları, demokratik değerleri teşvik eden politikalar ve programlar yoluyla siyasal kültürü güçlendirebilir ve demokratik bir toplumun oluşumuna katkıda bulunabilir. Bu bağlamda, çoğulcu ve çoğunlukçu demokrasi anlayışları, demokratik sistemlerde karar alma süreçleri ve yönetim biçimlerine farklı perspektifler getirerek siyasal kültür açısından değerlendirilebilir. Çünkü, çoğulcu ve çoğunlukçu demokrasi anlayışları, siyasal kültür içinde demokrasinin nasıl işlemesi gerektiği konusunda farklı yaklaşımları temsil etmektedir.

Çoğulcu demokrasi, demokratik süreçlerde farklı seslerin, çıkarların ve grupların katılımını teşvik eden bir anlayışı ifade etmektedir. Bu yaklaşıma göre, toplumda farklı görüşlere sahip olan tüm bireylerin ve grupların politik kararlara katılma hakkı ve etkisi bulunmaktadır. Çoğulcu demokrasi, demokratik süreçlerin katılımcı, hoşgörülü ve çeşitliliği yansıtıcı olması gerektiğini savunmaktadır. Farklı grupların çıkarlarını ve görüşlerini ifade etmelerine olanak tanımakta ve karar alma sürecinde çoğunluğun oyları kadar azınlıkların görüşlerine de önem vermektedir. Çoğulculuk, demokrasinin zenginleştirilmesine ve politik katılımın artırılmasına katkı sağlamaktadır. Bununla birlikte, çoğunlukçuluk anlayışında, karar süreçlerinde çoğunluğun iradesi ve istekleri önemlidir. Bu yaklaşıma göre, politik kararlar çoğunluğun tercihlerine dayanarak alınır ve azınlıkların görüşleri ikincil planda tutulabilir. Bu tür bir demokratik yaklaşım, hızlı ve etkili karar süreçlerini desteklerken, farklı grupların çıkarlarını ve görüşlerini göz ardı edebilir.

Her iki yaklaşım da demokratik değerlere dayanır ancak vurguladıkları noktalar farklıdır. Bu nedenle, bu iki yaklaşım arasında sürekli bir gerilim ve tartışma durumu bulunur. Çoğulcu demokrasi, çeşitlilik, katılım, hoşgörü ve azınlık haklarına önem verirken, çoğunlukçu demokrasi ise etkili yönetim ve

çoğunluğun iradesine dayalı karar alma süreçlerine odaklanır. Aslında, ideal bir demokratik sistemde bu iki yaklaşımın dengeli bir şekilde bulunması ve birbirini tamamlayacak şekilde işlemesi önemlidir. Tam anlamıyla çoğulcu ve çoğunlukçu unsurları birleştiren bir demokratik sistemde, hem farklı grupların çıkarlarının temin edilmesi hem de karar alma süreçlerinde verimli bir ilerleme sağlanabilir.

Siyasal kültür, toplumun genel siyasi değerlerini, normlarını ve tutumlarını içerdiğinden, çoğulcu veya çoğunlukçu demokrasi anlayışı siyasi kültürden etkilenebilir. Bir toplumun siyasi kültürü, demokrasiye nasıl yaklaşıldığını, katılım düzeyini ve demokratik değerlere ne kadar önem verildiğini yansıtabilir. Çoğulcu demokrasilerde, farklı grupların haklarına saygı duyulur ve bu gruplar arasında uzlaşma ve iş birliği sağlanır. Bu durum, siyasi kültürde hoşgörü, diyalog ve uzlaşma gibi değerlerin gelişmesini sağlar. Çoğunlukçu demokrasilerde ise, siyasi kültür çoğunlukçuluk ve baskı gibi değerlere dayanabilir. Bu durum, azınlık grupların haklarının göz ardı edilmesine ve siyasi çatışmalara yol açabilir. Bu durumda toplumun siyasi kültürü, çoğulcu veya çoğunlukçu bir demokrasi anlayışını tercih etme eğiliminde olabilir veya bu iki yaklaşımın bir kombinasyonunu benimseyebilir.

1. Demokrasi

Demokrasinin etimolojisine baktığımızda, Yunanca “demos” (halk) ve “kratos” (iktidar) terimlerine dayanan bir siyasi yönetim biçimi olduğu görülmektedir. Genellikle halkın katılımı ve onayı ile yönetilen ve halkın çıkarlarını gözetmeyi amaçlayan bir yönetim şeklidir. (Robertson, 2002: 136; Turner, 2006: 126). Bu sistemde, halk, yönetimde aktif bir rol oynar. Böylece, seçimler ve katılım yoluyla hükümetin belirlenmesine ve politikaların oluşturulmasına katkıda bulunurlar. Halk, genellikle belirli periyotlarla yapılan seçimlerle temsilcilerini ve liderlerini seçer. Temsilciler, halkın çıkarlarını yasama organında temsil eder ve yönetimdeki kararlar alınırken halkın görüşlerini de dikkate alırlar. Bu aslında, demokrasinin temel prensiplerinden biridir ve yönetimde halkın iradesini yansıtmanın önemi vurgulanmaktadır. Bu süreçte, seçimler ve katılımcı demokratik süreçler ile vatandaşların siyasi kararlara etkin bir şekilde katılmalarını sağlar ve bu da siyasi meşruiyeti güçlendirir. Bu açıdan baktığımızda demokrasi alanında güç, seçilmiş bir azınlığın elinde değil, halkın seçtiği yönetimin iradesinde ve sesindedir. Bu yönüyle demokrasi, katı bir yapı değil, yaşayan ve nefes alan, vatandaşlarının aktif katılımıyla ayakta kalan bir varlıktır.

Çoğunluk, seçimlerde daha fazla oy alan tarafı ifade etmektedir. Bu da demokrasinin temel prensiplerinden biridir. Çoğunluk, azınlığın haklarını koruyarak ve saygı göstererek karar alır. Bu açıdan değerlendirildiğinde,

demokrasilerde azınlıkların haklarının gözetilmesi önemlidir. Bundan dolayı demokratik sistemler, çoğunluğun kararlarının azınlık haklarına zarar vermemesi için denge ve denetim mekanizmaları içerir. Azınlıkların görüşlerini ifade etme özgürlüğü ve katılımı da demokrasilerin temel ilkelerindendir. Bu açıdan değerlendirildiğinde demokrasi, “azınlığın yönetimine karşı olarak, çoğunluğun yönetimine dayanan bir siyasi rejim biçimidir” şeklinde özetlenebilir. Bu ifade, demokrasinin temel ilkesini de vurgulamaktadır. Ancak, demokrasinin kapsamı hakkında farklı anlayışlar ve yorumlar da mevcuttur.

Demokrasi aslında, insanın güç, eşitlik ve bireysel özgürlük arzusunun altını çizen paradoksların bir tezahürü olan değişken ve anlaşılması zor bir kavramdır. Çünkü, paradoksal olarak demokrasi, bireyin özerkliği ile toplumu şekillendiren kolektif kararlar arasındaki mücadelenin uyumunu gerektirir. Bu yüzden terim, bilim adamları ve politikacılar arasında tartışıla gelmiştir. Tüm bu belirsizliğin yanında demokrasinin uygulaması ve anlamı farklı kültürler, toplumlar ve tarihsel bağlamlar içinde de değişebilmektedir. Örneğin, bazıları “temsili demokrasiyi öne sürerken, diğerleri daha “katılımcı demokrasiyi savunabilir. Temsili demokraside, halk seçimler yoluyla temsilcilerini belirler ve temsilciler, halkın adına kararlar alır. Bu demokrasi modelinde, halk, belirli aralıklarla yapılan seçimlerle parlamentoya veya yasama organına üye olan kişileri seçer. Bu temsilciler, halkın iradesini yansıtarak ve onların çıkarlarını göz önünde bulundurarak yasama organında politika ve yasalar oluştururlar. Temsili demokrasi özellikle büyük nüfuslu toplumlarda, halkın doğrudan katılımının pratik olmaması nedeniyle yaygın olarak tercih edilen bir yönetim biçimidir. Katılımcı demokraside ise vatandaşlar daha doğrudan politik süreçlere katılır ve toplumun daha geniş kesimleri kararlara katkıda bulunabilir. Katılımcı demokrasi, doğrudan katılımın önemli olduğu ve halkın politika ve kararları etkileyebileceği bir demokrasi biçimidir. Bunların yanında, demokrasinin uygulaması ülkelere göre farklılık da gösterebilir. Bir ülkedeki demokrasi modeli, başka bir ülkeye uygulanan demokrasi modelinden farklı olabilir. Çünkü, siyasi kültür, tarih, ekonomi ve toplumsal yapı, demokrasinin nasıl uygulandığına ve işlediğine önemli ölçüde etki eder.

Abraham Lincoln, Amerika Birleşik Devletleri’nin 16. Başkanı olarak, tarihsel bir figürdür ve demokrasinin temel ilkelerini önemli ölçüde şekillendiren düşünürlerden biridir. Lincoln, demokrasiyi kısaca “halkın, halk tarafından ve halk için yönetimi” olarak tanımlamıştır. Bu ifade, temel olarak demokrasinin temsilci bir hükümet biçimi olduğunu ve hükümetin yetkisinin halktan aldığını vurgulamaktadır. Günümüzde en yaygın ve basit bir şekilde ifade edilen “halkın kendi kendini yönetmesi” ifadesi hem Lincoln’ü hem de demokrasinin temel prensiplerini özetler. Günümüzde ise “halkın kendi kendini yönetmesi” tanımı,

temsili demokrasinin ana prensibi olarak yansıtılır. Halk, seçimlerle belirlediği temsilciler aracılığıyla yönetimde söz sahibi olur ve hükümetin politikalarını belirlemesine katkıda bulunur. Temsilciler, halkın iradesini parlamentoda veya yasama organında yansıtarak ve onları temsil ederek yönetimi sağlar. Bu bağlamda değerlendirildiğinde demokrasinin hür bir birey için siyasi özgürlüğü en iyi sağlayan sistem olduğu söylenebilir. Çünkü, “Siyasi özgürlük”, bir bireyin politikaları, liderleri ve hükümeti etkileme, politik süreçlere katılma ve görüşlerini ifade etme yeteneğidir. Bu özgürlük, kişisel haklar ve temel özgürlüklerle yakından ilişkilidir ve dolayısıyla demokratik siyasi sistem, siyasi özgürlüğün aktivist unsurunu kurumsallaştıran tek sistemdir (Neumann, 1953: 928). Bunun temel nedeni ideal bir demokrasinin, temel hak ve özgürlüklerin korunması, eşit ve adil seçimler, halkın katılımcılığı, hükümetin hesap verebilirliği, yasama, yürütme ve yargı ayrılığı, azınlık haklarının korunması, hukukun üstünlüğü gibi asgari ölçütleri içinde barındırmasıdır.

Bu açılarından değerlendirildiğinde demokrasi, sadece bir yönetim şekli değil, aynı zamanda bir yaşam felsefesidir. Demokrasi, insanların eşit, özgür ve hakikati arayan varlıklar olarak tanındığı ve saygı duyulduğu bir toplumun inşasını amaçlar. Demokrasi, insanların kendi kaderlerini belirleme hakkına sahip olduğu ve toplumsal sorunlara çözüm bulmak için ortak akıl yoluyla iş birliği yaptığı bir düzenin kurulmasını ister. İnsanların farklılıklarını farketmediği ve çeşitliliğin zenginlik olduğu bir kültürün geliştirilmesini teşvik eder. Ancak demokrasi, otomatik olarak gerçekleşen veya verilen bir şey de değildir; aksine, korunması ve geliştirilmesi için sürekli çaba gerektiren dinamik bir süreçtir. Demokrasi, insanların bilgili, bilinçli ve sorumlu olmalarını gerektirir. Demokrasi, insanların fikirlerini paylaşmalarını, tartışmalarını ve eleştirmelerini bekler. Demokrasi, insanların aklı, erdeme ve adalete saygı duymalarını ve bunları yönetimin temel ilkeleri olarak kabul etmelerini ister. Demokrasi, insanların gücü hak edenlere vermesini ve gücün kötüye kullanılmasına karşı durmasını amaçlar. Demokrasi, insanların hem bireysel hem de kolektif olarak kendilerini gerçekleştirmeye çalışırken adalet, eşitlik ve hakikat arayışından vazgeçmemesini ister. Bu nedenle demokrasi sadece siyasetle ilgili değil, aynı zamanda insanlıkla ilgili sosyolojik bir fenomendir. Demokrasi, özgürlük ile sorumluluk, bilgelik ile cehalet ve birey ile toplum arasındaki dinamik bir ilişkidir. Demokrasi, bizden en yüksek düzeyde zihinsel ve ahlaki bağlılık isteyen sonsuz bir idealdir.

2. Kültür

Kültür, anlaşılması zor olan bir kavram olarak öne çıkmaktadır. Bu zorluk, kültürel unsurların genellikle bilinçaltında otomatik bir şekilde işleyen bir düzen içerisinde bulunmasından kaynaklanmaktadır. Bireyler, genellikle farkında

olmadan kültürlerini öğrenir ve içselleştirirler. Kültürel normlar ve değerler, düşünce ve davranışlarımızın temelini oluşturmakta ve çoğunlukla sorgulanmadan kabul edilmektedir. Ayrıca, kültürün karmaşıklığı, tek bir tanım veya açıklama ile sınırlanamamasına yol açar. Çünkü, kültür bir toplumun çok boyutlu ve katmanlı dinamik bir sürecidir, bu nedenle toplumun kültürünü tam olarak anlamak için sosyoloji, antropoloji, psikoloji, tarih, dilbilim ve diğer disiplinlerin bakış açılarını birleştirmek gerekir. Ancak, kültürel farkındalık ve kültürel anlayış, toplumlar arasındaki etkileşimi ve iletişimi geliştirerek daha kapsamlı bir küresel anlayış ve uyumu teşvik edebilir.

Kültür, atalarımızdan ya da toplumdan bize miras kalan örf, adet, görenek ya da yüzeysel uygulamalardan ibaret değildir. Zaman ve mekâna yayılan kolektif insan deneyimlerimizin, düşüncelerimizin ve inançlarımızın bir karışımıdır. Hayatımızın akışını şekillendiren bilgi, değer ve fikirlerin deposudur. Entelektüel ve manevi çabalarımızın doruk noktasını, insan olmanın ne anlama geldiğinin özünü temsil eder. Kültür, en saf haliyle, gerçeğin peşinde koşmak, bilgeliği geliştirmek ve insani potansiyelimizin farkına varmaktır.

Kültür, insanların bilgiyi nasıl organize ettikleri, nasıl öğrendikleri, çevrelerine nasıl uyum sağladıkları ve yeni koşullara uyum sağlayamamanın sonuçlarıyla nasıl başa çıktıklarıyla ilgilidir (Reisinger, 2009: 88). Bu şekilde, bireylere bir çerçeveye sahip olmalarını ve çevreleriyle etkileşimde bulunmalarını, anlam oluşturmalarını ve sosyal olarak işlev görmelerini sağlayacak yetenekler sunar. Bu açıdan değerlendirildiğinde paylaşılan davranışlar, gelenekler, inançlar, ritüeller, törenler, yasalar (yazılı ve yazılı olmayan), fikirler, düşünce kalıpları, sanatlar, araçlar, sosyal kurumlar, dini inançlar, mitler ve efsaneler, bilgi, değerler, benlik kavramı ve ahlak gibi unsurlar kültürü tanımlar (Narula, 2006: 255). Aynı zamanda kültür, dil, jestler, iletişim yolları, ekonomik sistemler, yeme alışkanlıkları, giyim tarzı gibi farklı birçok konuyu kapsar ve insanlara yaşamları boyunca rehberlik eder (Jandt, 2007: 25). Ancak, kültürel rehberliğin rolü, bireyler ve toplumlar arasında farklı olabilmektedir. Kişiden kişiye ve toplumdan topluma, kültürel unsurları deneyimleme ve yorumlama şekilleri çeşitlilik gösterebilir. İnsanlar, kendi değerleri, deneyimleri, eğitimleri ve kişisel tercihlerine dayanarak kültürel normlara uyum sağlamada çeşitli yaklaşımlar sergileyebilirler.

Kültür ayrıca kişilerarası ilişkileri düzenler, insan davranışlarını disipline eder ve kolektif sosyal ve politik deneyimlere bağlam sağlar (Weisband ve Thomas, 2015: 3). Bu şekilde, politik liderlerin değerleri ve politikaları, kültürel normlara dayanarak şekillenir ve toplumun politik katılımını etkiler. Kültürel değerler ve inançlar aynı zamanda siyasi partilerin ve politik ideolojilerin oluşumunda ve popülerlik kazanmasında da etkili olabilir. Kültür, toplumun ortak kabul görmüş

normlarını belirleyerek, sivil etkileşimlerin ve siyasi faaliyetlerin temelini oluşturur.

Kültürel normlar, insanların birbirleriyle nasıl etkileşime gireceklerini, nasıl iletişim kuracaklarını ve siyasi olarak nasıl katılım göstereceklerini belirler. Bu bağlamda, kültür demokrasinin sürdürülebilirliği ve etkinliği üzerinde de etkilidir ve sağlam bir demokrasinin temel yapı taşıdır. Böylece, içselleştirilen değerler, toplumun demokratik kurumlarına olan güveni ve bağlılığı şekillendirir. Kültürel normlar, demokrasinin temel prensiplerine uyumu ve toplumun demokratik değerlere saygı gösterme seviyesini tetikler. Ancak kültür aynı zamanda demokratik bir toplumun zorluklarıyla da karşı karşıya gelebilir. Çünkü, bazı kültürel normlar, demokratik değerlerle çatışabilir. Örneğin, bireysel haklara yer vermek bazı toplumlarda kolektif değerlerle çelişebilir. Bunun yanı sıra, bazı kültürel pratikler veya sosyal yapılar, demokratik sürece katılımı veya eşitlik ilkesini sınırlayabilir. Douglas (1999), bu noktada toplumların bireysel, kolektif, hiyerarşik ve eşitlikçi bir eksen boyunca sınıflandırılabilirliğini savunmaktadır. Buna göre, “hiyerarşik bireysel” kültürlerde bireysel çıkarlar önceliklidir ve toplumda otoriteye uyulması beklenir. Bu kültürde, bireylerin bireysel hedefleri ve çıkarları ön planda tutulmaktadır. Toplumsal düzenin ve hiyerarşinin korunması, otoriteye saygı gösterilmesi ve kabul edilmesi önemli değerler arasında yer almaktadır. Hiyerarşik bireysel kültürde, güçlü liderlik yapıları bulunmakta ve bireylerin otoriteye uyması ve talimatlara itaat etmesi beklenmektedir. Bireylerin davranışları, toplumsal konumları ve hiyerarşileri doğrultusunda şekillenmektedir. Bu kültürde, bireyler genellikle bireysel başarıya odaklanmakta ve kişisel çıkarlarını gerçekleştirmek için rekabet etmektedir. Toplum düzeninin ve istikrarının sağlanması için kurallar ve normlar önemli bir rol oynamaktadır. “Eşitlikçi bireysel” kültürlerde ise bireysel özgürlükler daha önceliklidir. Bu kültürde, bireylerin kişisel özgürlükleri, değerleri ve hedefleri daha fazla önemsenir. Bireylerin fikirlerini ifade etme, tercihlerini yapma ve kendi yaşamlarını yönlendirme özgürlüğüne sahip olmaları önemli değerler arasında yer alır. Eşitlikçi bireysel kültürde, insanların eşit fırsatlara ve adil muameleye sahip olması büyük önem taşır. Toplumsal eşitlik ve adalet, bireylerin birbirleri ve toplumla olan ilişkilerinde temel bir prensip olarak kabul edilir. Bu kültürde bireyler, sosyal statü veya hiyerarşiye değil bireysel yeteneklerine, çabalarına ve başarılarına göre değerlendirilir. Ancak kültürler karmaşık ve çok yönlü olduğundan, her toplum ve bireyde farklı kültürel özellikler ve değerler görülebilir. Bu nedenle, eşitlikçi bireysel kültürün tam olarak benimsendiği veya uygulandığı toplumların tamamen homojen olduğunu söylemek yanıltıcı olabilir. “Hiyerarşik kolektif” kültürlerde ise sosyal hiyerarşi ve grup birlikteliği daha önceliklidir. Bu kültürde, sosyal statü, roller ve grup

kimlikleri önemli değerler arasında yer almaktadır. Bireyler, sosyal yapıya uyum sağlamak ve grup normlarına bağlılık göstermek konusunda büyük önem verirler. Bireyler, kendilerini ait hissettikleri gruplarına bağlılık gösterir ve gruplarının çıkarlarını korumak için birlikte hareket ederler. Bu kültürde, sosyal normlara ve otorite figürlerine saygı duyulması ve uyması beklenir. Hiyerarşiye dayalı görev ve sorumluluk dağılımı, toplumun düzenini sağlamak için önemli bir role sahiptir. “Eşitlikçi kolektif” kültürlerde ise daha eşitlikçi bir toplumsal yapı geçerlidir. Bu kültürde, eşitlik, adalet ve kolektif refah önemli değerler arasında yer alır. Bireyler arasında eşitlik ve karşılıklı yardımlaşma ön plana çıkarılır. Eşitlikçi kolektif kültürde, toplumsal hiyerarşi ve ayrıcalıkların azaltılması hedeflenir. Toplumda sosyal adalet ve fırsat eşitliği, önemli hedefler arasındadır. Bireyler arasında sosyal eşitlik ve gelir dağılımının adil olması, toplumsal kabul görmesi beklenir. Eşitlikçi kolektif kültürde, demokratik değerler ve katılımcılık önemli bir role sahiptir. Bireylerin siyasi süreçlere katılımı teşvik edilir ve karar alma süreçlerine eşit bir şekilde dahil olmaları desteklenir. Çoğulculuk, farklılıklara saygı ve hoşgörü, bu kültürün temel özelliklerindendir.

3. Siyasal Kültür

Siyasal kültür kavramı, ilk kez 1963 yılında Gabriel Almond ve Sidney Verba tarafından ortaya atılmıştır. Siyaset biliminde merkezi bir konumda olan siyasal kültür, bir nüfusun bir ülkenin siyasi sistemi ve genel olarak siyasetiyle ilgili olarak paylaşılan görüşler ve normatif yargılarla şekillenen ve hükümetin meşruiyeti üzerinde etkisi olan bir kavramdır (Sullivan ve Liu-Sullivan, 2021: 333; Jillson, 2008). Bu açıdan değerlendirildiğinde siyasal kültür, toplumun siyasi sistem ve siyasi konularla ilgili tutumları, inançları, duyguları ve değerlerinden oluşur. Ancak, siyasi davranışı belirleyen ve yönlendiren tutumlar, duygular ve düşünceler rastlantısal bir şekilde bir araya gelmemekte; uyumlu ve birbirini destekleyen tutarlı kalıpları temsil etmektedir (Pye ve Verba, 1969: 7). Temelde, siyasal kültür, otoriteye, disipline, hükümetin sorumluluklarına ve yetkilerine, eğitim sistemine ve hatta aile yaşamına yönelik fikirler ve tutumların toplamını içerir (Robertson, 2002: 385). Modern siyasal analizde siyasal kültürün rolü büyük öneme sahiptir, çünkü güç ve sorumluluk arasındaki dengeyi sağlamada önemli bir rol oynar. Demokratik bir katılımcı siyasal sistem biçimi, tutarlı bir siyasal kültürle birlikte anlamlıdır. Çünkü, demokrasi sadece bir yönetim biçimi değil, aynı zamanda bir yaşam tarzıdır. Halkın siyasal kararlara katılmasını, çoğunluğun iradesine saygı duyulmasını, azınlıkların haklarının korunmasını ve temel özgürlüklerin sağlanmasını gerektirir. Bu değerlerin toplumda yaygın ve tutarlı bir şekilde benimsenmesi, siyasal kültür olarak adlandırılır.

Almond ve Verba (1963) tarafından ortaya atılan siyasal kültür kavramı, bir ülkenin siyasi sistemi ve siyasetiyle ilgili olarak paylaşılan görüşler ve normatif yargılarla şekillenen ve hükümetin meşruiyeti üzerinde etkisi olan bir kavram olarak kabul edilir. Siyasal kültürün önemi, demokrasinin sürdürülebilirliği açısından politik tutumlar ve siyasal katılımı ilişkilendirilerek vurgulanır. Almond ve Verba'ya göre, üç farklı siyasal kültür tipi tanımlanmıştır: Tebaa, dar görüşlü ve katılımcı. Dar görüşlü siyasal kültür, insanların siyasi karar alma sürecine katılmaktan çekindiği ve genel olarak siyasi sistemi reddettiği bir kültür biçimidir. Bu kültürde, vatandaşlar merkezi hükümetin varlığından sadece belirsiz bir şekilde haberdardır ve siyasete ilgi veya katılım göstermezler. Tebaa siyasal kültür ise insanların sadece yerel konulara ilgi gösterdiği ve siyasi işlere karışmadığı bir durumu ifade eder. Bu kültürde, vatandaşlar siyasal sürece katılmak yerine hükümete itaat ederler ve onları etkilemeye çalışmazlar. Son olarak katılımcı siyasal kültür, insanların siyasi işlere aktif olarak katıldığı ve devletin işleyişine katkıda bulunmayı amaçladığı bir siyasal kültürü temsil eder. Mamadouh (1997) ise politik kültürü farklı perspektiflerden ele alarak bir tipoloji oluşturmayı ve siyasal kültürün çeşitli boyutlarını açıklamayı amaçlar. Mamadouh'a göre, siyasal kültür dört farklı boyutta sınıflandırılabilir: 1. bireyci yaşam tarzı: İnsanlar gruplara bağlı değildir ve kurallar azdır. Bireysel özgürlük, çıkar ve rekabet ön plandadır. 2. Hiyerarşik yaşam tarzı: İnsanlar gruplara göre farklı roller üstlenir ve kurallar çoktur. Düzen, otorite ve gelenek önemlidir. 3. Eşitlikçi yaşam tarzı: İnsanlar gruplara sıkı sıkıya bağlıdır ve kurallar zayıftır. Adalet, dayanışma ve eşitlik değerlidir. 4. Kaderci yaşam tarzı: İnsanlar gruplara ait hissetmezler ve kurallar çoktur. Bu tipolojiye teslimiyet ve fatalizm hakimdir. Her bir yaşam tarzı, toplumda farklı ideolojik eğilimleri temsil etmekte ve politik kültürün algılanması ve uygulanması konusunda farklı bir bakış açısı sunmaktadır.

Pye ve Verba (1969) ise siyasal kültürün ideolojik, sembolik ve davranışsal boyutları olduğunu belirtir. İdeolojik boyut, bir ülkenin genel siyasi inançlarına ve değerlerine atıfta bulunurken, sembolik boyut, ülkenin siyasi sembollerinin ve ritüellerinin anlamını ifade eder. Davranışsal boyut ise politik kültürün halkın siyasi davranışlarına olan etkisini ifade eder. Chilton (1988), siyasal kültürün belirli bir toplumun siyasi davranışları, inançları ve değerleri üzerinde etkisi olduğunu vurgular. Bu kültür, bir toplumsal grup için belirli siyasi fikirleri kabul etme veya reddetme eğilimindedir ve belirli bir siyasi sistemi benimsemeye veya reddetmeye yönlendirir. Chilton'a göre, siyasal kültür, siyasi liderlik, ekonomik faktörler ve diğer sosyal dinamikler gibi çeşitli parametreler tarafından şekillendirilir. Ancak Elkins ve Simeon (1979), siyasal kültürün doğrudan siyasi

davranışları veya kurumların işleyişini etkilemediğini, ancak toplumun siyasi davranış kalıplarını dolaylı olarak etkilediğini ve yönlendirdiğini savunur.

Weisband ve Thomas (2015), siyasal kültürün ulus devletlerin oluşumunda önemli bir rol oynadığını vurgulayarak, siyasal kültürün ulus devletin etnik ve ideolojik temellerini oluşturduğunu ve vatandaşların devlete duyduğu güven ve bağlılığın kültürden kaynaklandığını belirtmektedir. Riley (1983) ise siyasal kültürü belirli bir toplumda süregelen etkileşimlerin ve uygulamaların bir ürünü olarak görmekte ve politik kültürün sabit veya değişmez olmadığını, ancak sürekli olarak toplum içindeki bireylerin ve grupların eylemleri tarafından şekillenen sürekli evrimleşen bir dizi pratik olduğunu ileri sürmektedir. Riley, politik kültürü şekillendiren altta yatan yapısal faktörlerin özellikle güç ilişkileri, toplumsal normlar ve tarihsel miras gibi unsurların incelenmesinin önemini vurgular. Pye (1991), siyasal kültürün belirli bir toplumun siyasi davranışlarını, değerlerini ve inançlarını şekillendirme ve etkileme gücüne sahip olduğunu vurgulamaktadır. Dolayısıyla siyasal kültürün anlaşılması, bir ülkedeki demokratik sağlığın ve istikrarın anlaşılması için büyük önem taşır. Çünkü, siyasal kültür, demokrasiye uygun bir zemin sağlayabilir veya demokrasinin sağlıklı işleyişini etkileyebilir. Tüm bu açılardan değerlendirildiğinde, bir toplumun siyasal kültürü, demokrasiye olan bağlılığını, demokratik değerleri benimseme derecesini ve siyasi katılım düzeyini etkileyebilir. Eğer bir toplumda demokrasiye uygun bir siyasal kültür varsa, halkın demokratik değerleri benimsemesi, siyasi süreçlere aktif katılımı ve demokratik kurumları desteklemesi daha olasıdır. Öte yandan, siyasal kültürde otoriter veya ayrımcı eğilimler, hoşgörüsüzlük, düşmanlık veya siyasi katılımın düşük düzeyde gerçekleşmesi demokrasinin işleyişini olumsuz etkileyebilir. Eğer bir toplumun siyasal kültüründe demokrasiye karşı duyarsızlık, kayıtsızlık veya demokratik değerleri reddeden tutumlar hakimse, demokratik kurumlar zayıflayabilir, siyasi katılım düşebilir ve demokrasi tehlikeye girebilir. Bu nedenle, siyasal kültürün demokrasiyle uyumlu olması, demokratik değerlerin benimsenmesi, siyasi katılımın teşvik edilmesi ve demokratik kurumların desteklenmesi demokrasinin sürdürülebilirliği için önemlidir. Demokrasi, toplumun siyasal kültürünü şekillendirebilirken, siyasal kültür de demokrasiyi güçlendirebilir veya zayıflatır.

Clark ve Hoffmann-Martinot (1998), geleneksel politik aidiyetlerin (parti, ideoloji vb.) yerine bireysel kimlik ve düşüncelerin önem kazandığı yeni bir politik kültürün ortaya çıktığını iddia etmektedir. Bu bağlamda, DeLeon ve Naff (2004), sosyal sermaye ölçüm anketinden elde edilen sonuçlara dayanarak, Amerika Birleşik Devletleri, Kanada, İngiltere, İspanya ve İsrail'deki yerel toplulukların siyasi kültürlerini ve kimlik politikalarını inceleyerek yerel

topluluklar arasında siyasi kültürel farklılıklar olduğunu ve bu farklılıkların uyumlu topluluklarda daha yüksek bir siyasi katılım düzeyine yol açtığını belirtmişlerdir. Ayrıca, belirli bir kimlik politikasının belirli bir siyasi partiye veya sosyal gruplara yönelik olması durumunda, siyasi katılımın azalabileceği ve topluluklar arasındaki çatışmaların artabileceği vurgulanmaktadır. Bununla birlikte, belirli bir kimlik politikasının farklı sosyal grupları bir araya getirebileceği ve topluluklar arasındaki ilişkileri güçlendirebileceği de ifade edilmektedir. Çünkü, siyasal kültür, toplumun siyasi süreçlerde nasıl yer aldığını, siyasi değerleri nasıl benimsediğini ve politik davranışları nasıl şekillendirdiğini etkiler. Bu durum da bireylerin kimliklerini şekillendirir. Örneğin, bir toplumun siyasal kültürü demokratik değerleri vurguluyorsa, bireyler demokratik kimlikler geliştirme eğiliminde olabilir. Benzer şekilde bireylerin kimlikleri de siyasal kültürü etkileyebilir. Örneğin, etnik veya dini bir kimlik, siyasal kültürün ve politik tutumların şekillenmesinde önemli bir rol oynayabilir. Kimlikler, bireylerin siyasal değerlerini, partilere olan bağlılıklarını ve siyasi katılım düzeylerini de etkileyebilir. Bu nedenle siyasal kültür ve kimlik arasındaki ilişki, karşılıklı etkileşim ve karmaşıklık gösterir. Siyasal kültür, kimlikleri şekillendirebilirken, kimlikler de siyasal kültürü etkileyebilir.

Pateman (1971), politik değişimin siyasal kültür ve politik yapı arasındaki etkileşimden kaynaklandığını vurgulamaktadır. Pateman, siyasal kültürü, topluluğun politik sistemle olan ilişkisine ve genel olarak değerlerine dayalı bir sosyal yapı olarak tanımlar. Politik yapı ise, bir toplumun politik düzenine işaret eder ve hükümet, yasama, yargı ve diğer politik kurumları içerir. Politik yapılar, demokratik, otoriter veya totaliter gibi farklı biçimlerde olabilir. Demokratik bir politik yapı, halkın katılımına dayanan ve hükümetin hesap verebilir olduğu bir sistemdir. Otoriter bir politik yapıda ise siyasi güç, genellikle tek bir lider veya küçük bir grup tarafından kontrol edilir ve halkın katılımı ve demokratik süreçler sınırlıdır. Totaliter bir politik yapıda ise siyasi güç tamamen merkezi otoriteye odaklanır ve bireylerin siyasi özgürlükleri büyük ölçüde kısıtlanır. Pateman, siyasal kültür ve politik yapı arasındaki ilişkilerin politik değişim süreçlerini anlamının önemli bir parçası olduğunu belirtir. Siyasal kültür politik yapıyı şekillendirirken, politik yapı da siyasal kültürü etkiler ve dönüştürür. Örneğin, demokratik bir siyasal kültüre sahip bir toplumda, politik yapı genellikle demokratik kurumlar ve katılımcı süreçlere dayanırken, demokratik bir politik yapının varlığı da toplumun demokratik değerlerine uygun siyasi süreçlerin ve katılımın teşvik edildiğini gösterebilir. Benzer şekilde, Wedeen (2002), kültürün siyasal süreçlerde önemli bir rol oynadığına işaret ederken, bunun siyaset biliminde nasıl ele alınması gerektiğini tartışmaktadır. Wedeen, kültürün siyaset biliminde ele alınmasının siyaset biliminin tek boyutlu bir disiplin olmaktan

ziyade çok boyutlu bir disiplin haline gelmesine yardımcı olabileceğini savunmaktadır. Kültürün siyaset biliminde ele alınması, siyasetin daha geniş toplumsal dinamiklerle nasıl ilişkilendirildiğinin daha iyi anlaşılmasına katkı sağlayacaktır.

4. Çoğulculuk ve Çoğulcu Demokrasi

Günümüzde modern demokrasiler, temsili demokrasi prensiplerine dayanan çoğulculuk veya çoğunlukçuluk ilkesini temel alır. Çoğulculuk kavramı, İngiltere ve Amerika Birleşik Devletleri'nde yirminci yüzyılın başlarında, devlet müdahalesinin artması, örgütlenmiş grupların lobici faaliyetleri ve göçmen alt kültürlerin ortaya çıkışı gibi konseptsel bir tepki olarak ortaya çıkmıştır (Kurian, 2011: 1213). Çoğulculuk, çeşitliliğin barış içinde bir arada olabileceği bir ortamı varsayan bir terimdir. Çokluğun ve çeşitliliğin tanınmasına dayanan, birden çok, genellikle birbiriyle çelişen gerçeklerin veya gerçeğe yaklaşımların var olduğunu savunan felsefi bir kavramdır. Bu yönüyle çoğulculuk, toplumun çeşitliliğini ve heterojenliğini tanıır ve farklı grupların ve bireylerin kendi kimliklerini ifade etme ve yaşama özgürlüğüne vurgu yapar. Böylece çoğulculuk, yaşamları geliştirebilecek değerlerin doğasıyla ilgili bir teoridir.

Kimlikle yakından ilişkili olan ve kimliklerin davranış, yaşam tarzı ve ifade biçimi yönleriyle ilgili olan çoğulculuk, bu bağlamda ele alındığında önem kazanan bir kavramdır. Çünkü çoğulculuk, toplumda farklı kimliklere sahip bireylerin eşitlik, adalet ve saygı çerçevesinde yaşama hakkına vurgu yapar. Bu da, etnik, dini, kültürel ve cinsel kimliklere sahip olan insanların kendi kimliklerini ifade etme özgürlüğüne sahip olduğu anlamına gelir. Ancak, çoğulculuk ve kimlik arasındaki ilişki karmaşık bir durum da sergileyebilir. Örneğin, farklı kimlikler arasında gerilimler, çatışmalar veya ayrımcılık yaşanabilir. Bu nedenle, çoğulculuk anlayışında kimliklerin eşitlik, adalet ve insan hakları değerleriyle uyumlu bir şekilde ele alınması önemlidir. Böylece, farklı kimlikler arasında diyalog, anlayış ve iş birliğini teşvik ederek toplumsal uyumu ve barışı destekler. Politik sistemlere uygulandığında da çoğulculuk, çoklu, genellikle örtüşen ve potansiyel olarak çelişkili özelliklerin varlığını kabul etme fikrini içerir.

“Çoğulluk” ise bireylerin kendilerini toplu olarak “diğerleri” karşısında ayrı bir grup veya alt grup olarak algıladıkları gerçek durumu ifade ederken, çeşitlilik ve farklılık durumunu belirtir. Öte yandan, “çoğulculuk” terimi, çoğulluğu kültürel ve toplumsal bir gerçeklik olarak kabul eden, hatta hoş gören ve onaylayan ideolojik bir tutuma da atıfta bulunur (Werblowsky, 2005: 183). Bu bağlamda, çoğulculuk, herhangi bir alanda birden çok şeyin var olduğunu veya olması gerektiğini önceden kabul eder. Bu nedenle, çoğulculuk, toplumda

hoşgörü, özgürlük ve eşitlik gibi demokratik değerlerin uygulanmasına yardımcı olurken aynı zamanda bireylerin kimliklerini ve farklılıklarını ifade etmelerini teşvik eder.

Çoğulculuk, modern toplumun karmaşık yapısı içinde ortaya çıkan farklı çıkarlar, talepler ve fikirlerin kamusal olarak ifade edilmesini ve siyasi karar alma süreçlerine yansıtılmasını mümkün kılan bir kavramdır (Köker, 2006: 201). Bu açıdan değerlendirildiğinde, günümüzde, barış içinde bir arada yaşama, hoşgörü, bireysel ve toplumsal haklara saygı gibi çeşitli ahlaki varsayımları ve değerleri kapsayan geniş bir anlatıdır. (Momin, 2010: 204).

Sosyolojik bağlamda değerlendirildiğinde, çoğulculuk toplumsal süreçlerin bir sonucu olarak iş bölümünü ve farklılaşmayı da mümkün kılmaktadır (Miller ve Walzer, 2002: 33). Böylece, toplumun çeşitli sosyal gruplarının ve topluluklarının eşitlik, adalet ve saygı çerçevesinde bir arada yaşamasını hedefler. Politik bağlamda ise, çoğulcu bir siyasi sistem, devletin insanların eylemlerinin tek denetleyicisi olmaktan ziyade, birden fazla güç ve otorite merkezine sahip olan bir sisteme atıfta bulunur (Robertson, 2002: 380). Bu, demokratik bir toplumda çeşitli siyasi görüşlerin temsil edildiği ve çoğulculuğun siyasi karar alma sürecinde yer aldığı anlamına gelir. Çünkü demokrasi, çoğulculuğun gerçekleşmesini sağlayan bir çerçeve sunar. Çünkü, demokratik sistemler, farklı görüşleri olan vatandaşların eşit bir şekilde temsil edilebildiği ve katılım sağlayabildiği mekanizmalara sahiptir. Farklı düşünce ve çıkarların demokratik yollarla ifade edilebildiği bir ortam, çoğulculuğun gelişmesini teşvik eder. Öte yandan, çoğulculuk demokrasinin sürdürülebilirliğini de destekler. Farklı bakış açılarının ve çıkarların çatışmasının demokratik süreçler aracılığıyla çözülmesi, toplumsal istikrarın sağlanmasına yardımcı olur. Böylece çoğulculuk, demokrasinin güçlendirilmesine katkıda bulunurken, demokrasi de çoğulculuğun korunmasını ve gelişmesini sağlar. Siyaset felsefesi açısından ise çoğulculuk, bir devlet içinde dinlerin, etnik grupların, özerk bölgelerin veya işlevsel birimlerin çeşitliliği ile karakterize edilen bir siyasi durumu tanımlar veya böyle bir durumun siyasi olarak uygun ve arzu edilen olduğunu savunur (Cevizci, 2020: 477). Çoğulculuk, siyaset felsefesinde demokrasinin temel değerlerini güçlendirir ve toplumsal adalet, hoşgörü, insan hakları ve eşitlik gibi ilkelere dayalı bir toplum idealini savunur. Farklı görüşlerin çatışması yerine, farklılıkları uzlaşma, diyalog ve iş birliği yoluyla yönetilebilir hale getirerek toplumsal barışı teşvik eder. Ancak çoğulculuk, bazı tartışmalara da yol açabilir. Örneğin, farklı düşünce ve inançların sınırları nerede çizilmelidir? Farklı çıkarlar arasında nasıl bir denge sağlanmalıdır? gibi sorular çoğulculuğun pratik uygulamalarında zorluklar doğurabilir ve tartışmalara yol açabilir.

Bu çerçevede, aynı sistem içinde ekonomik, dini, etnik ve coğrafi grupların bir güç dengesi içinde olduğu ve her bir grubun sosyal olarak bağlayıcı kararların şekillendirilmesinde bir miktar söz hakkına sahip olduğu kabul edilir. Her bir grup, karşılıklı grup uyumu süreçleri aracılığıyla sınırlanır ve kısıtlanır ve tüm büyük gruplar, çatışmayı yerleşik kanallar içinde ilerletmeyi teşvik eden ve başlangıçtaki anlaşmazlıkların uzlaşmacı çözümlere dönüşmesine izin veren geniş bir inanç ve değerler sistemini paylaşır (Chambers ve Carver, 2008: 15). Bu noktada çoğulculuk, tekçilik (monizm) ile karşıt olarak ifade edilir. Çünkü, çoğulculuk, çeşitliliği destekler ve farklılıklara saygı gösterir. Siyasette, toplumda, kültürde ve felsefede çoğulculuk, farklı düşüncelerin, değerlerin ve inançların bir arada var olabileceğini vurgular. Bu yaklaşım, hoşgörü ve anlayışı teşvik eder ve toplumun daha kapsayıcı, demokratik ve zengin olmasını sağlar.

Çoğulcu demokrasi teorisi, Amerikalı siyaset bilimciler tarafından, tek bir siyasi partiye dayanan yapıların veya tüm siyasi gücün merkezileştirildiği sosyalist siyasi sistemlerin demokratik olmadığı iddiasını desteklemek amacıyla geliştirilmiştir (Mahajan, 2006: 797). Bu yönüyle çoğulcu demokrasi, örgütlü grupların ve çıkarların popüler taleplerini dile getirme ve duyarlı hükümet sağlama kapasitesi üzerine inşa edilen bir demokrasi biçimini ifade eder (Heywood, 2019: 196). Çoğulcu demokrasi anlayışı, çoğunluğun toplum üzerindeki hakimiyetini inkâr etmez, ancak çoğunluk hakimiyeti ile azınlık arasında da bir denge sağlanması gerektiğini vurgular. Bu denge, azınlıkların temsilini ve katılımını artırarak, toplumda farklı görüşlerin ve çıkarların adil bir şekilde temsil edilmesini hedefler.

Çoğulcu demokrasi anlayışının temelinde, siyasi katılımın ve özgürlüklerin geniş bir yelpazede ve eşit bir şekilde dağıtılması yatar. Bu anlayış, farklı düşüncelere, inançlara ve değerlere sahip olanların siyasi süreçlere katılma hakkına sahip olduklarını ve karar alma süreçlerinde etkili olabileceklerini savunur. Bu yönüyle, azınlık haklarının korunmasını, ifade özgürlüğünün güvence altına alınmasını, çoğulculuğun ve hoşgörünün teşvik edilmesini vurgular. Böylece, farklı grupların ve çıkarların temsil edildiği ve katılımın genişletildiği demokratik kurumların geliştirilmesini teşvik eder. Bu anlayışa göre, demokratik sistemlerde sadece seçimlerle siyasi iktidarın belirlenmesi yeterli değildir, aynı zamanda çeşitli katılım mekanizmaları, sivil toplum örgütlenmeleri, danışma ve müzakere süreçleri gibi araçlar da kullanılmalıdır. Çünkü, demokrasi sadece çoğunluğun iradesine dayalı bir siyasi sistem değil, aynı zamanda toplumun farklı gruplarının ve çıkarlarının adil bir şekilde temsil edildiği ve politika yapım süreçlerine etkide bulunabildiği bir sistemdir. Bu anlayış, siyasi eşitlik, hoşgörü, çeşitlilik ve adil temsil gibi değerleri ön plana

çıkarırken, demokrasinin daha kapsayıcı, katılımcı ve adil bir şekilde işlemlerini hedefler.

Bu perspektiften bakıldığında, çoğulcu demokrasi, medeni ve siyasi hakların varlığının ve korunmasının yanı sıra siyasi partiler ve baskı grupları gibi nispeten bağımsız derneklerin kurulma hakkının ve rekabetçi bir parti sisteminin varlığını önemser. Ayrıca özgür ve adil seçimler, hükümetin yetkilerinin sınırlanması, hukukun üstünlüğü ve bağımsız yargı, özgür basın, hesap verebilirlik, farklı görüşlere hoşgörü, siyasi uzlaşma, çoğunluk usulüne göre kararlar alınması ve azınlık görüşlerine saygı gösterilmesi gibi unsurlarla karakterize edilir. Bu nedenle, geniş bir şekilde tanımlanan çoğulcu demokrasi, anayasal, liberal veya çok partili demokrasiden farklılık arz etmez.

Çoğulcu demokrasinin varlığından bahsedebilmek için toplumun farklı kesimlerinden ve farklı görüşlerden birçok siyasetçinin bir araya geldiği destekleyici bir siyasi ortamın mevcut olması da gereklidir (Lijphart, 1977: 25). Bu durumun en önemli sebebi, siyasetin zorunlu olarak nesnel, bireysel, sınıfsal veya elit çıkarların çoğulluğundan değil, çatışan kurucu kavramlardan oluştuğu düşüncesinin öne çıkmasıdır (Finlayson, 2010: 11-12).

Bu bağlamda, siyasal kültürün çoğulcu demokrasiyle ilişkisi, çoğulculuk değerlerinin siyasal kültürde güçlü olması durumunda, çoğulcu demokrasinin gelişmesine katkıda bulunmasıdır. Örneğin, hoşgörü, diyalog, çeşitlilik ve katılımcılık gibi değerlerin siyasal kültürde yer alması, çoğulcu demokrasinin temel ilke ve pratiklerini destekler. Aynı şekilde, demokratik değerlerin ve çoğulculuk anlayışının eksik olduğu veya zayıf olduğu bir siyasal kültür, çoğulcu demokrasinin sürdürülebilirliğini ve gelişimini olumsuz yönde etkileyebilir. Ancak, siyasal kültürün etkisi tek yönlü değildir. Çoğulcu demokrasi de siyasal kültürü etkileyebilir ve şekillendirebilir. Çoğulcu demokrasi, siyasal kültürün gelişimine katkıda bulunarak, hoşgörü, katılım ve çeşitlilik gibi değerlerin toplumun genel siyasi tutumlarına yansımaları sağlayabilir. Bu nedenle, demokrasiyi anlamak ve güçlendirmek için siyasal kültürün analiz edilmesi önemlidir.

5. Çoğunlukçuluk ve Çoğunlukçu Demokrasi

Çoğunlukçuluk, siyaset felsefesi ve demokrasi teorilerinde kullanılan bir kavramdır. Çoğunlukçu anlayışın felsefi temellerinin J.J. Rousseau'nun "genel irade" kavramıyla şekillendiği söylenebilir. Bunun temel nedeni, halkın iradesinin ya da genel irade olarak adlandırılan ve çoğunluğun iradesi olarak ortaya çıkan iradenin, her zaman toplumun ortak iyiliği ve ortak çıkarları için çabaladığı varsayımına dayanmasıdır. Bu nedenle kavram, karar alma süreçlerinde çoğunluğun iradesine öncelik veren bir anlayışı ifade eder.

Çoğunlukçuluk, demokrasinin temel prensibi olarak çoğunluğun hükmetme yetkisine sahip olduğunu ve azınlık görüşlerini ikincil planda tutmayı savunur. Ancak, çoğunluğun hükmetme yetkisini temsil etmesi ve politika yapımında etkin olması gerektiğini savunurken, azınlık haklarına ve çıkarlarına da saygı duyulması gerektiğini vurgular. Bu anlayış ile, çoğunluğun iradesinin mutlak olmadığını, demokratik sistemlerde azınlıkların da haklarının korunması ve temsil edilmesi gerektiğini kabul eder.

Çoğunlukçu demokrasiler, özgürlüğün ve hakikatin nicel olarak ölçülebileceği bir yanılsamaya sahiptir ve bu nedenle siyasi gerçekliği belirleme yöntemleri sayısal üstünlüğe dayanır (Ertene, 2017: 189). Bu yaklaşıma göre, politik kararlar ve yönetim, seçimlerde çoğunluğu oluşturan kişi veya grupların iradesine dayandırılır. Bu açıdan değerlendirildiğinde çoğunlukçu demokrasi, çoğunluğun iradesinin tüm siyasi kararların sonucunu belirlemesi gerektiği görüşünü benimser. Çoğunlukçu demokrasi paradigması, halkın iradesinin çoğunluğun egemenliği altında yönetilmesi gerektiğini öngören ve çoğunluğa yönetim yetkisi tanınmasını ve azınlığa da muhalefet hakkı sağlanmasını temel alan bir demokrasi modelidir. Bunun anlamı, seçimleri kazanan parti veya grup, herhangi bir özel temsil sağlanmayan azınlık gruplarına anayasal veya diğer kurumsal korumalar sunmadan kararlar almasıdır ki bu da çoğunlukçu demokrasi olarak değerlendirilir (Handelman ve Brynen, 2019: 330). Böylece belirli bir gruptaki herkes eşit olarak kabul edilir ve sadece sayılar ne yapmanızı, kimin kazanacağını, kime oy vereceğinizi veya değişiklik yapacağınızı belirler. Bu bağlamda, çoğunluğun yönetimini demokrasi kavramına yükleyen bu model, çoğunluğun iradesini dikkate alan bir hükümetin, azınlığın iradesine yanıt veren bir hükümetten daha demokratik olduğu argümanına dayanır (Turan ve Korkmaz, 2019: 2).

Çoğunlukçu demokrasi anlayışı, devletin kurumları arasında parlamentonun üstünlüğüne ve dolayısıyla çoğunluğun hakimiyetine dayanmaktadır. Bu durum, halkın iradesininin meclis çoğunluğunun iradesine taşınarak ortaya çıkmaktadır. Ancak ideal bir çoğunlukçu demokraside, parlamentoda yalnızca iki parti temsil edilir ve biri sandalyelerin çoğuna sahip olur, bu nedenle de herhangi bir kurumsal kısıtlama olmaksızın yönetebilirken, diğer parti azınlıkta kalır (Kaiser, 2008: 21; Cairney ve Widfeldt, 2015: 3). Özetle, çoğunlukçu anlayış, siyasi gücün çoğunluğun elinde toplanması anlamına gelir. Bu perspektif, çoğunluğun mutlak ve sınırsız üstünlüğünü, yanılmazlığını ve doğruluğunu vurgular. Ancak buradaki en büyük sorun, bu durumun muhalefetin engellenmesine veya baskı altına alınmasına yol açabileceği ve “çoğunluğun zorbalığına” dönüşme riski taşımasıdır.

Bu açıdan değerlendirildiğinde çoğunlukçu demokrasi modeli her zaman eleştirilere maruz kalmaktadır. Azınlık haklarına yeterince önem vermediği, farklı görüşlere ve çıkarlara göz ardı ettiği ileri sürülmektedir. Bu nedenle, çoğunlukçu demokrasi anlayışıyla birlikte, azınlıkların haklarının korunması ve temsil edilmesini sağlamak için dengeleyici mekanizmaların da önemli olduğu düşünülür. Özellikle sivil toplum kurumlarının yeterince gelişmediği toplumlarda, çoğunlukçu anlayış demokratik ideallerden sapabilir ve hak ve özgürlükleri kısıtlayıcı bir araç olarak kullanılabilir. Bu durumda azınlıkta kalanlar yönetimden tecrit edildiğinde veya duygu ve düşünceleri anlamsız hale geldiğinde, gerileme yaşanabilir ve bilgiye erişimleri sınırlanabilir (Becer ve Mazman, 2017: 11). Çünkü, çoğunlukçu demokrasi paradigması, din, ideoloji, etnisite ve diğer toplumsal farklılıkların, çoğunluğun iradesini güçlendirmek veya devletin hegemonyasını sağlamak için birer araç olarak kullanılabileceği veya istismar edilebileceği olasılığını içermektedir (Kaya, 2016: 119-120). Tüm bu hususların yanı sıra, çoğunlukçu demokrasilerdeki kurumsal düzenlemelerin, farklı kimliklerin siyasi hayata daha fazla katılımını engellediği ve aynı zamanda gündem belirleme yeteneklerini kısıtladığı iddia edilmektedir (Barrow-Giles, 2015: 49). Bu bağlamda, çoğunlukçu model, tek parti hükümetinin egemen olduğu bir güç merkezi oluşturmakta, rekabetçi ve kapsayıcı olmaktan uzaklaşmakta ve halkın katılımını ihmal etmektedir.

Siyasal kültürün, çoğunlukçu demokrasi ile olan ilişkisi, toplumun siyasi değerlerinin ve tutumlarının çoğunlukçu demokrasiyi nasıl etkilediğini gösterir. Siyasal kültür, demokrasinin temel prensipleri ve uygulamaları hakkında toplumun genel tutumunu şekillendirir. Eğer bir toplumun siyasi kültürü çoğunlukçu bir yapıya sahipse, demokratik süreçlerde çoğunluk iradesi daha belirleyici olur. Siyasal kültür, bu süreçlerde çoğunlukçu değerlere odaklanıp odaklanmadığını belirler. Eğer bir toplumun siyasi kültürü çoğunlukçu değerleri benimserse, çoğunluğun iradesiyle uyumlu bir şekilde politik kararlar alınması ve yönetimin çoğunluk taleplerine yanıt vermesi beklenir. Çoğunlukçu demokrasi de siyasal kültürü etkileyebilir ve şekillendirebilir. Demokratik süreçlerdeki çoğunlukçu yaklaşım, siyasal kültürde çoğunluk iradesine odaklanmayı teşvik edebilir ve toplumun genel siyasi tutumlarını etkileyebilir.

SONUÇ

Demokrasi, yönetimin halkın egemenliğine dayandığı bir siyasi sistemdir. Bu yönetim biçimi, temel ilkeleri olarak, halkın iradesinin yansıtılması, insan haklarının korunması, hukukun üstünlüğü, kuvvetler ayrılığı, katılımcılık, çoğulculuk ve temsilciliği benimser. Demokrasinin temel ilkesi, halkın karar alma süreçlerine etkin bir şekilde katılımını ve iradesinin yansıtılmasını sağlamaktır. İnsan haklarının

korunması, demokrasinin temel amacı olan bireylerin özgürlük ve eşitliklerinin güvence altına alınmasını içerir. Hukukun üstünlüğü, tüm vatandaşların eşit ve adil bir şekilde yasaların önünde yargılanmasını ve hükümetin yasalara aykırı davranış göstermemesini gerektirir. Kuvvetler ayrılığı, yasama, yürütme ve yargı organlarının birbirinden bağımsız olmasını ve yetkilerin dengeli bir şekilde dağıtılmasını ifade eder. Katılımcılık, vatandaşların siyasi süreçlere aktif bir şekilde katılmasını ve kararlarda söz sahibi olmasını amaçlar. Çoğulculuk, farklı düşünce ve değerlerin toplumda bir arada var olabileceğini ve siyasi çeşitliliğin önemini vurgular. Temsilcilik ise halkın seçimlerle belirlediği temsilciler aracılığıyla siyasi kararların alınmasını ve yürütülmesini ifade eder. Bu temel ilkeler, demokrasinin işleyişini güçlendiren ve toplumun kapsayıcı ve adil bir şekilde yönetilmesini sağlayan önemli prensiplerdir.

Demokrasi, sadece bir yönetim biçimi değil, aynı zamanda bir yaşam tarzıdır. Bu sebeple, demokrasinin işleyişi ve niteliği, toplumun siyasi kültürü ile sıkı bir ilişki içindedir. Demokrasi, yalnızca bir hükümet sistemi olmanın ötesinde, toplumun değerlerini, normlarını ve siyasal inançlarını da içeren bir toplumsal doktrindir. Demokratik değerler, katılımcılık, hoşgörü, saygı, adalet ve eşitlik gibi temel ilkelere dayanır. Toplumun siyasi kültürü, demokrasinin gücünü ve etkinliğini belirleyen temel unsurlardan biridir. Eğer toplumda demokrasiye inanç ve katılımcı bir tutum varsa, demokrasinin işleyişi daha sağlam ve sürdürülebilir olacaktır. Ancak, siyasi kültürde hoşgörüsüzlük, kutuplaşma veya katılımcılığın az olduğu bir yapı varsa, demokrasi zayıflayabilir ve sorunlarla karşılaşabilir. Bu nedenle, demokrasinin sağlıklı işleyişi için toplumun siyasi kültürüne önem verilmesi ve demokratik değerlerin güçlendirilmesi önemlidir. Bu bağlamda demokrasi, sadece yönetimde karar mekanizmalarını içeren bir yapı değil, aynı zamanda bireylerin günlük hayatta birbirine saygı gösterdiği, çeşitliliğe hoşgörüyle yaklaşıldığı ve insan haklarının korunduğu bir yaşam tarzını temsil eder. Bu sayede, demokrasi gerçek anlamda toplumun her alanına yansyarak güçlü ve demokratik bir toplumun inşasına katkı sağlar.

Demokrasi ile siyasal kültür arasındaki ilişki, birbirini etkileyen karşılıklı ve dinamik bir bağıdır. Demokrasi, siyasal kültürü etkilerken, aynı zamanda siyasal kültür de demokrasiyi etkiler. Demokrasinin varlığı ve işleyişi, toplumun siyasal kültüründen güç alır. Toplumdaki katılımcı tutumlar, hoşgörü, adalet, eşitlik ve diyalog gibi demokratik değerler, demokrasinin güçlenmesine ve sürdürülebilir olmasına katkı sağlar. Demokrasinin temel özelliklerinin benimsenmesi ve toplumda köklü bir siyasal kültür oluşturulması, demokrasiyi toplumun bir parçası haline getirir. Aynı şekilde, siyasal kültür de demokrasiyi şekillendirir. Siyasal kültürdeki hoşgörüsüzlük, kutuplaşma ve demokratik olmayan tutumlar, demokrasinin işleyişini zayıflatabilir. Toplumun siyasal kültürü, demokratik değerlerin topluma nasıl

yansıdığını ve demokratik süreçlere nasıl katılım sağlandığını belirler. Bu nedenle, demokrasinin sağlıklı işleyişi için siyasal kültürün önemi büyüktür. Demokrasi, siyasal kültürün olumlu yönde geliştirilmesiyle güçlenirken, siyasal kültür de demokrasinin olumlu ve katılımcı bir şekilde işlemesi için önemli bir etkidir. Bu karşılıklı etkileşim, toplumda demokratik değerlerin kökleşmesini ve demokrasinin daha sağlam temeller üzerinde yükselmesini sağlar.

Siyasal kültürün çoğulcu demokrasi anlayışını benimsemesi gerekliliği düşünülse de, siyasal kültürün çoğulcu veya çoğunlukçu demokrasi paradigmasını esas alması gerektiği sorusu, süregelen bir tartışma konusudur. Bu iki paradigma arasındaki temel fark, karar alma süreçlerinde hangi aktörlerin ve görüşlerin belirleyici olacağıdır. Çoğulcu demokrasi paradigması, çoğunluğun mutlak egemenliğini reddeder ve azınlıktakilerin siyasal ve kültürel haklarının tanınması gerektiğini ve azınlığın da bir gün çoğunluk olabilme imkanının verilmesini savunan bir demokrasi modelidir. Çoğulcu demokrasi, yönetimde katılım çeşitliliğini hedefler ve bunun gerçekleştirilmesi için halkı ve yöneticileri motive eder.

Siyasal kültürde çoğulculuk ilkesine dayanan bir yaklaşım benimsendiğinde, toplumda farklı düşünce ve görüşlere sahip olan bireylerin ve grupların aktif katılımı desteklenir. Bu, toplumsal çeşitliliğin saygı gördüğü, hoşgörünün ve diyalogun önemsendiği bir siyasal kültür anlamına gelir. Çoğulcu bir siyasal kültür, farklı görüşlerin serbestçe ifade edilebildiği, çeşitliliğin değerlendirildiği ve politik karar alma süreçlerinde iş birliğinin önemsendiği bir ortamı teşvik eder. Bu yaklaşım böylece, iktidarın tekelleşmesini ve kötüye kullanılmasını önlemek için kuvvetler ayrılığı ilkesine, yargısal denetime, anayasal sınırlamalara ve sivil toplum kuruluşlarına önem verir. Bu sayede hukukun üstünlüğü ve insan hakları korunur. Sonuç olarak, çoğulcu bir siyasal kültürün varlığı, toplumda daha geniş bir katılımın ve demokratik karar alma süreçlerinin yerleşmesini sağlar. Böylece, toplumun demokratik değerlere bağlılığı artarken, politik istikrar ve toplumsal uyum güçlenir.

Çoğunlukçu demokrasi paradigması ise çoğunluğun kararlarının uygulandığı ve bu kararların mutlak olduğu bir demokrasi modelidir. Çoğunlukçu demokrasi, yönetimde etkinlik ve istikrarı amaçlar ve bunun gerçekleştirilmesi için iktidarın güçlendirilmesini savunur. Siyasal kültürde çoğunlukçuluk ilkesine dayanan bir yaklaşım benimsendiğinde, toplumda çoğunluğun değer, görüş ve tercihlerine odaklanılır. Çoğunlukçu demokrasi, hızlı ve etkili karar alma süreçlerini teşvik ederek iktidar krizleri ve belirsizlikleri de önler. Bu yaklaşımda, çoğunluğun iradesi doğrultusunda politikalar ve kararlar öncelik kazanır ve çoğunluğun desteği ile yönetim sağlanır. Ancak bu yaklaşımda, azınlıkların çıkarları ve görüşleri göz ardı edilebilir ve politik süreçlerde daha az temsil edilebilir. Bu durum, toplumda kutuplaşma ve ayrışma riskini artırabilir ve bireylerin farklı görüş ve tercihlerine duyarsız bir politika ortamı oluşturabilir. Çoğunlukçu bir siyasal kültürde, güçlü

liderlik ve otoriteye dayalı bir yönetim anlayışının görülmesi de olasıdır. Bu durumda, bireylerin ve grupların politik süreçlere katılımı ve katkısı sınırlı olabilir. Sonuç olarak, çoğunlukçu demokrasi, yönetimde etkinlik ve kararlılık sağlamak açısından önemli faydalar sunarken, azınlıkların haklarına ve çıkarlarına önem verilmesi ve katılımcılığın teşvik edilmesinin de bu bağlamda sağlanması gerekmektedir. Böylece, denge ve uyum sağlayacak bir siyasal kültür, toplumsal uzlaşmayı ve demokratik değerleri güçlendirecektir.

Çoğulcu ve çoğunlukçu siyasal kültürler arasındaki farklılıklar, demokratik süreçlerin işleyişine de yansır. Çoğulcu bir siyasal kültür, farklı bakış açılarının ve çıkarların gözetildiği, toplumun geniş kesimlerinin katılımının sağlandığı demokratik bir ortamı destekler. Çoğulcu siyasal kültür, politik karar alma süreçlerinin katılımcı, kapsayıcı ve farklılıkları kabul edici bir şekilde işlediği bir anlayışı yansıtır. Farklı düşünce ve görüşlere saygı gösterilir ve azınlık grupların sesi de duyulur. Bu yaklaşım, politik kararlarda toplumsal uzlaşmayı teşvik ederken, toplumun daha geniş kesimlerinin katılımını sağlar. Öte yandan, çoğunlukçu bir siyasal kültürde ise politik güç ve karar alma süreçleri çoğunluğa yöneliktir. Çoğunlukçu demokrasi, çoğunluğun iradesinin politikaların belirlenmesinde ve uygulanmasında merkezi konumda olduğu bir sistemi destekler. Bu yaklaşım, etkin ve hızlı karar alma süreçleri sağlamaya odaklanırken, azınlık grupların çıkarlarının göz ardı edilme riskini taşır. Böylece, çoğunluğun dayattığı politikaların azınlık grupların hak ve çıkarlarına zarar verebileceği riski bulunur. Azınlıkların temsil ve katılım hakları sınırlanabilir, bu da toplumsal çatışmaların ve ayrışmaların artmasına yol açabilir. Sonuç olarak, siyasal kültürün çoğulculuğa veya çoğunlukçuluğa dayalı olması, demokratik süreçlerin niteliğini ve toplumun birlikte yaşama düzeyini etkiler. Demokrasinin güçlendirilmesi ve sürdürülebilirliği için, toplumda farklı kimlik ve ideolojilere hoşgörü, kucaklayıcı ve katılımcı bir siyasal kültürün teşvik edilmesi önemlidir. Bu sayede toplumsal uzlaş, demokratik değerlerin korunması ve toplumu oluşturan her bireyin söylemlerinin önemsendiği bir demokratik yapı oluşturulabilir.

Her toplumun siyasal kültürü, ekonomik, sosyal ve tarihsel koşullara bağlı olarak farklılık gösterebilir. Bu sebeple hangi demokrasi paradigmasının siyasal kültür için daha elverişli olduğu, toplumun ihtiyaçlarına ve tercihlerine bağlı olarak değişebilir. Önemli olan nokta ise her iki paradigmanın da temel demokratik ilkeleri, insan haklarını ve hukukun üstünlüğünü gözetmesidir. Hangi demokrasi modeli benimsenirse benimsensin, temel demokratik değerlerin korunması ve toplumun refahı için çaba sarf edilmesi önemlidir.

KAYNAKÇA

1. Almond, G. A., ve Verba, S. (1963). *The civic culture political attitudes and democracy in five nations*. New Jersey, Princeton: Princeton University Press.
2. Barrow-Giles, C. (2015). Beyond the status quo, centring women in the westminster system in the commonwealth caribbean: a preliminary analysis. *Commonwealth & Comparative Politics*, 53(1), 49-70
3. Becer, F., ve Mazman, İ. (2017). Rawls ve Habermas okumalarıyla liberal ve müzakereci demokrasi modelleri: karşılaştırmalı analiz. *Ulakbilge*, 6(20), 1-16.
4. Cairney, P., ve Widfeldt, A. (2015). Is Scotland a westminster-style majoritarian democracy or a scandinavian-style consensus democracy? a comparison of Scotland, the UK and Sweden. *Regional and Federal Studies*, 25(1), 1-18.
5. Cevizci, A. (2020). *Çoğulluk*. Büyük Felsefe Sözlüğü I. Cilt, (pp. 476-477), Ankara: Say Yayınları.
6. Chambers, S. A., ve Carver, T. (2008). *William E. Connolly democracy, pluralism and political theory*. London and New York: Routledge.
7. Chilton, S. (1988). Defining political culture. *Political Research Quarterly*, 41(3), 419-445.
8. Clark, T. N., ve Hoffmann-Martinot, V. (1998). *The new political culture*. New York, USA: Routledge.
9. Deleon, R. E., ve Naff, K. C. (2004). Identity politics and local political culture: some comparative results from the social capital benchmark survey. *Urban Affairs Review*, 39(6), 689-719.
10. Douglas, M. (1999). Four cultures: the evolution of a parsimonious model. *Geojournal*, 47(3), 411-415.
11. Elkins, D. J., ve Simeon, R. E. B. (1979). A cause in search of its effect, or what does political culture explain?. *Comparative Politics*, 11(2), 127-145.
12. Ertene, M. (2017). Demokrasi: “ama”nın imkanı. *Sosyal ve Kültürel Araştırmalar Dergisi*, 3(6), 177-196.
13. Finlayson, A. (2010). *Democracy and pluralism the political thought of William E. Connolly*. USA and Canada: Routledge.
14. Hakyemez, Y. Ş. (2003). Çoğunluğun demokrasi anlayışı, Rousseau ve Türk anayasaları üzerindeki etkisi. *Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 52(4), 69-92.

15. Handelman, H., ve Brynen, R. (2019). *Challenges of the developing world*. Ninth Edition, United Kingdom: Rowman & Littlefield.
16. Heywood, A. (2019). *Politics*. Fifth Edition, London, United States: Red Globe Press.
17. Jandt, F. E. (2007). *An introduction to intercultural communication: identities in a global community*. Fifth Edition, Thousand Oaks, London, New Delhi: SAGE Publications.
18. Jillson, C. (2008). *American government: political change and institutional development*. New York: Routledge Taylor & Francis Group.
19. Kaiser, A. (2008). Parliamentary opposition in westminster democracies: Britain, Canada, Australia and New Zealand. *The Journal of Legislative Studies*, 14(1-2), 20-45.
20. Kaya, S. B. (2016). Modern devlette iktidar sorunu ve demokratik hukuk devleti. *Galatasaray Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 1, 95-148.
21. Köker, L. (2006). Seçim sistemleri ve siyasi çoğulculuk demokratik meşruluk açısından bir değerlendirme. *Anayasa Yargısı*, 23, 199-2010.
22. Kurian, G. T. (2011). *Pluralism*. The Encyclopedia of Political Science, (pp. 1213-1214), Washington, DC: CQ Press.
23. Lijphart, A. (1977). *Democracy in plural societies a comparative exploration*. New Haven and London: Yale University Press.
24. Mahajan, V. D. (2006). *Political theory principles of political science*. Ram Nagar, New Delhi: S. Chand & Company LTD.
25. Mamadouh, V. D. (1997). Political culture: a typology grounded on cultural theory. *Geojournal*, 43(1), 17-25.
26. Miller, D., ve Walzer, M. (2002). *Pluralism, justice and equality*. Oxford: Oxford Universty Press.
27. Momin, A. (2010). Çoğulculuk ve çokkültürcülük: islami bir bakış açısı. (Çev. B. B. Okutan ve A. Coşkun), *M. Ü. İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 38, 203-230.
28. Narula, U. (2006). *Handbook of communication models, perspectives, strategies*. New Delhi: Atlantic Publishers & Distributors.
29. Neumann, F. L. (1953). The concept of political freedom. *Columbia Law Review*, 53(7), 901-935.
30. Pateman, C. (1971). Political culture, political structure and political change. *British Journal of Political Science*, 1(3), 291-305.
31. Pye, L. W. (1991). Political culture revisited. *Political Psychology*, 12(3), 487-508.

32. Pye, L. W., ve Verba, S. (1969). *Political culture and political development*. Princeton, New Jersey: Princeton University Press.
33. Reisinger, Y. (2009). *International tourism: cultures and behavior*. Jordan Hill, Oxford: Butterworth-Heinemann.
34. Riley, P. (1983). A structurationist account of political culture. *Administrative Science Quarterly*, 28(3), 414-437.
35. Robertson, D. (2002). *Democracy*. A Dictionary of Modern Politics (pp. 136-137), London, United Kingdom: Europa Publications.
36. Robertson, D. (2002). *Pluralism*. A Dictionary of Modern Politics (pp. 380), London, United Kingdom: Europa Publications.
37. Robertson, D. (2002). *Political culture*. A Dictionary of Modern Politics (pp. 385-386), London, United Kingdom: Europa Publications.
38. Sullivan, L. R., ve Liu-Sullivan, N. (2021). *Historical dictionary of Chinese culture*. Lanham, Maryland: Rowman & Littlefield.
39. Turan, H., ve Korkmaz, T. (2019). Arend Lijphart'ın kriterleri bağlamında Türkiye'de demokrasi. *Akademik Hassasiyetler*, 6(11), 1-29.
40. Turner, B. S. (Ed.) (2006). *Democracy*. The Cambridge Dictionary of Sociology (pp. 126-128), Cambridge: Cambridge University Press.
41. Wedeen, L. (2002). Conceptualizing culture: possibilities for political science. *American Political Science Review*, 96(4), 713-728.
42. Weisband, E., ve Thomas, C. I. P. (2015). *Political culture and the making of modern nation-states*. London and New York: Routledge Taylor and Francis Group.
43. Werblowsky, Z. (2005). Pluralities and Pluralisms. Editör E. B. Rafael ve Y. Strenberg, *Comparing Modernities Pluralism Versus Homogeneity*, (pp. 183-189), Netherlands: Library of Congress Cataloging-in-Publication.

27. Bölüm

Batı Çağdaş Erdem Etiği Bağlamında Ahlak, İnsan ve Toplum İlişkisi¹

Muhammed Veysel BİLİCİ²

¹ Bu çalışma yazarın 2008 yılında İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde Prof. Dr. Cafer Sadık Yaran danışmanlığında tamamlanan “Çağdaş Erdem Etiği Bağlamında Din ve Ahlak İlişkisi” adlı yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

² Dr. Öğr. Üyesi; Kırklareli Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyoloji Bölümü. veyselbilici@gmail.com
ORCID No: 0000-0002-2374-2117

ÖZET

Çağdaş erdem etiği, *deontik* ve *faydacı* etik teorilerin karşısında yer alan ve yasa merkezli bir ahlak teorisinin ahlaki yaşantıyı temellendirme ve açıklamada yetersiz kaldığı temel eleştirisini merkeze alarak *görev* ve *fayda* kavramları yerine *erdem* kavramını, ahlakın merkezi ve temel kavramı olarak öne süren düşünürlerin savunduğu ve kökenini büyük ölçüde antik Yunan felsefesine, özellikle de Aristoteles'in erdem etiğine yaslayan bir ahlak teorisidir. Dolayısıyla çağdaş erdem etiğini anlamak için onun hem tarihsel kökenini hem de kendisini karşısında konumlandığı *deontik* ve *faydacı* ahlak teorilerine yönelttiği eleştirileri ele almak gerekmektedir. Bu ahlak teorisinde merkezi kavram olan *erdem*, *görev* ve *fayda* kavramlarından daha temelde, *iyi* kavramı ile en azından eşit düzeyde ele alınmaktadır. Erdem kavramı insana has özelliklerin kâmilan gerçekleşmesini sağlayan bireysel yöne sahip olması itibarıyla sübjektif olan ancak insan türüne has özellikler çerçevesinde temellendirilen ve bu açıdan da objektif temelleri de olan ve insanda alışkanlık haline gelen karakter özellikleri olarak tanımlanabilir. Erdem etiğinin en önemli vasıflarından biri de insanın sosyal bir varlık olarak ele alınması ve ahlak teorisinde bu gerçeğe merkezi bir rol verilmesidir. İnsanın ahlaki bir varlık olması ile bu var oluş tarzını teorik ya da felsefi düzlemde temellendiren ahlak felsefeleri arasında salt anlamda betimleyici bir ilişki bulunmamaktadır. Her ahlak felsefesi bir pratik ve somut ahlak teklifi sunduğu oranda ve aynı zamanda kendi tarihsel koşullarının bir aynası olma işlevini de üstlenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Erdem, Erdem Etiği, Ahlaki Yasa, Karakter, İyi, Fayda

GİRİŞ

Çağdaş erdem etiği 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren ortaya çıkan ve Aydınlanma döneminden itibaren hâkim pozisyonda bulunan *deontik* ve *faýdacı* etik teorilerden farklı olarak kökenini, genel olarak, Aristoteles'in erdem etiğine yaslayan ve bu çerçevede modern zamanların karakterine uygun, yeni bir etik teori geliştirme kaygısı taşıyan düşünürlerin ortaya koyduğu düşüncelerin hâsılası olarak değerlendirilebilir. Erdem etiği isminden de anlaşılacağı üzere “erdem” kavramını merkeze alan ve ahlakı bu kavram merkezde olmak üzere değerlendiren veya temellendiren bir ahlak felsefesine işaret etmektedir. Erdem kavramı insana has özelliklerin kâmilan gerçekleşmesini sağlayan bireysel yöne sahip olması itibarıyla sübjektif olan ancak insan türüne has özellikler çerçevesinde temellendirilen ve bu açıdan da objektif temelleri de olan ve insanda alışkanlık haline gelen karakter özellikleri olarak tanımlanabilir. Karakter kavramı ise bir insanın uzun süreli, tanımlanabilir ve öngörülebilir eylemlerde bulunmasını sağlayan veya ahlaki durumlar karşısında tahmin edilebilir eğilimleri sergilemesine olanak tanıyan psikolojik temeli olan insani bir olgu olarak tanımlanabilir.

Bu yazıda çağdaş erdem etiğinin hem ortaya çıkışını gerekçelendiren hem de günümüzde temel etik teoriler arasında yer almasını sağlayan sebepler üzerinde durulacaktır. Bu kapsamda çağdaş erdem etiğinin kendinden önceki ahlak teorileriyle hesaplaşması ahlak, insan ve toplum ilişkileri üzerinden ele alınacaktır. Nitekim felsefi bir düşüncenin ne olduğunu anlamak sadece onun ortaya ne koyduğuyla değil aynı zamanda diyaloga geçtiği rakiplerine yönelttiği eleştirileri kavramakla mümkün hale gelmektedir. Bu durumun temel sebeplerinden biri yöneltilen eleştirilerin çözüm yollarını kavramanın en önemli basamağının karşı tarafın neden dolayı ve hangi temel ölçütler dâhilinde eleştirildiğinin bilinmesinden geçmesidir. Diğer yandan çağdaş erdem etiğinin Aristoteles etiğinden etkilendiği veya tartışmaların çoğunda ona referansların geçtiği görülmektedir. Bundan dolayı çağdaş erdem etiğinin Aristoteles'in erdem etiğinden ayrıldığı noktalar ve bununla ilgili tartışmalar da bu bölümde ele alınacaktır. Antik Yunan felsefesinde erdem kavramı *arete* olarak adlandırılır. *Arete* bir şeyin gerçekleştirmesi gereken işlevi olarak tanımlanabilir. Modern siyaset felsefesi ve ahlak felsefesinin haklar merkezli negatif özgürlük anlayışının karşısında antik erdem ahlakı sorumluluklar dolayısıyla pozitif özgürlükler ekseninde insanı tanımlar ve konumlar. Bu anlamda insanın doğası ya da işlevi onun toplumsallığı ile özdeş bir mahiyete sahiptir. İyi insan olmak sağlıklı bir biçimde toplumsallaşmak ve belli bir toplumdaki görevlerini yerine getirmek anlamına gelir. Çağdaş erdem etiği bu anlamda salt bir biçimde Antik Yunan Felsefesine geri dönüşü temsil etmez. Çağdaş erdem etiği modern birey

nosyonuna dayalı hak kavramının toplumsallaşmaya dayalı görev kavramıyla diyalektik bir bağlamda düşünülmesi ile ortaya çıkar. Diğer yandan çağdaş erdem etiği Durkheim'dan beri hem sosyolojik düşüncede sorun olan; geç dönem kapitalizmi ortaya çıkartan ve ondan beslenen normsuzluk olarak tanımlayabileceğimiz *anomi* olgusunu aşmaya yönelik bir teklif sunmaktadır. Kapitalizmin ortaya çıkardığı birey kültü toplumsal alanda çatışmanın hâkim olduğu bir durum ortaya çıkarmışlardır. Bu açıdan çağdaş batı ahlak felsefesinde önemli bir yer tutan erdem etiği salt felsefi bir teklif olmanın ötesinde bir siyaset önerisi de barındırmaktadır. Aritmetik yeteneği merkeze alan *sonuçcu ahlak teorileri* ve analitik yeteneği merkeze alan *deontik ahlak teorileri* zamansız ve mekânsız bir insanı bir postulat olarak kabul ettikleri ölçüde insanı tarihsel ve toplumsal boyutlarından yalıtılmalarını esas almışlardır. Bu açıdan çağdaş erdem etiği insanı *öyküsel rasyonalite* içerisinde yeniden zamana ve mekâna dahil etme çabası olarak okunmalıdır.

MODERN AHLAK FELSEFELERİNE KÖKTEN BİR ELEŞTİRİ OLARAK ÇAĞDAŞ ERDEM ETİĞİ

Çoğu düşünürre göre çağdaş erdem etiğinin başlangıç noktasını Elizabeth Anscombe'nin 1958 yılında yayınladığı “Modern Moral Philosophy” adlı makale oluşturmaktadır (Wallach, 1992: 619). Çağdaş erdem etiği temel olarak Aristoteles'in *Nikomakhos'a Etik*'te karakterize ettiği gibi erdemli eylem ve bireyin ahlakta asıl olduğu mantığını merkeze alan ve bu açıdan da kural merkezli olmakla itham ettiği Kantçı ve faydacı etik teorilerin karşısına konumlayan ahlak felsefesine verilen addır. *Evrensel yasaya tabi olmak* olarak ahlaki eylemi merkeze alan ve duyguları dışlayan Kantçı etiğin zıddına erdem etiği ahlakiliği rasyonel seçimle eylemeyi bir eğilim ya da alışkanlık haline getirme ekseninde eylemlerin ve duyguların birlikteliği olarak görmektedir. Faydacı ve sonuç odaklı etik teorilerin zıddına ahlaki eylemi sadece belli bir eylemin sonuçta ne gibi bir dış veya seçilen bir sonu doğuracağı noktasından ele almak yerine sonucun kurucu unsuru olarak gördüğü erdemi -erdemli birey ve karakterin merkeziliğiyle birlikte- içsel iyi olarak ele alır veya araçsal olarak ele almaz (Wallach, 1992: 619). Ahlak açısından erdemin kısa ve net bir tarifini vermek gerekirse onu insana has iyiliklerin veya karakteristik özelliklerinin ortaya çıkmasını sağlayan ve onların aynı zamanda kurucu unsuru olan bireysel olduğu kadar objektif vasıflara sahip karakter özellikleri olarak tanımlayabiliriz (Alderman, 1997: 162; Hursthouse, 2001: 167).

Diğer yandan herhangi bir ahlak teorisini kendi kurucu kavramları aracılığıyla ele aldığımızda ise erdem etiği “iyilik”, “doğruluk” ve “erdem” kavramları arasında “erdem” kavramını “doğruluk” kavramından daha temelde, “iyilik”

kavramıyla kıyaslandığında ise en az onun kadar merkezi bir noktada ele alan bir felsefi görüşe tekabül etmektedir (Mcaleer, 2007:208). “İyi” kavramının “erdem” kavramıyla birlikte merkezi bir kavram olarak ele alınması çağdaş erdem etiğinin en temel vasıflarından biridir. Nitekim deontik etikte “iyi” kavramı “doğru” kavramından türetilirken, faydacılık ekolünde “iyi” ve “erdem” kavramları fayda kavramından türetilmektedirler (Louden, 1997: 180-181). Bu paralelde Robert Audi çağdaş erdem etiğinin iki temel vasa sahip olduğunu belirtmektedir. Bunlardan ilki temel ahlaki kavramlar diğer teorilerde olduğu gibi kural kavramları değil erdem kavramlarıdır. İkincisi ise ahlaki öznenin temel ahlaki amaçları diğer teorilerde olduğu gibi deontik olarak veya belli kurallara uyma mecburiyeti olarak değil *areatik* (Yunanca *arete* sözcüğünden türemiş, mükemmellik veya erdem anlamlarına gelen kavram) olarak ve belli yaşama biçimlerinin bütünselliğiyle birlikte insanın kendini gerçekleştirme üzerinden belirlenmektedir (Audi, 1997: 186). Yani erdem etiğinde önce hangi eylemlerin doğru olduğu veya arzulanır olduğu belirlenip sonrasında da ahlaki özne bunlara uygun davranan birey olarak ele alınmamaktadır. Bunun zıddına erdem etiğinin örnek insan tipi olan “erdemli insan” doğru eylemin ölçüsü olarak ele alınmakta böylece de erdemli insan metafizik olarak doğru eylemden önce konumlanmaktadır (Audi, 1997: 186). Benzer biçimde Michael Slote (1995: 89) erdem etiğinin en temel vasfının ahlaki fail ya da özneyi *areatik* kavramlarla (“iyi”, “mükemmel”, “hayranlık veya takdir uyandıran” vb.) onları değerlendirmesi olduğunu belirtmektedir. Böylece erdem etiği öznenin eylemleri ve seçimlerinden ziyade onun karakteri ve iç dünyası üzerinde daha fazla durmaktadır.

Sean Mcaleer (2007: 215) çağdaş erdem etiklerinin temel olarak iki ana başlık altında toplanabileceğini belirtmektedir. Buna göre radikal veya sert erdem etiği erdem kavramlarını etik teoride tek temel ve açıklayıcı pozisyonda ele alırken, ılımlı erdem etiği erdem kavramlarını deontik kavramlardan daha temelde ancak iyi kavramıyla en azından eş değer düzeyde ele almaktadır. Dolayısıyla “çağdaş erdem” etiği kavramı bu noktada tüm felsefeciler arasında genel geçer olan ve tamamen aynı temel kavramlar ve görüşlerden hareketle savunulan homojen bir görüşün ifadesi olarak algılanmamalıdır. Çağdaş erdem etiği kavramı yerine belki de çağdaş erdem etikleri kavramını kullanmak daha uygun düşecektir. Ancak biz bu çalışmada kullanım kolaylığı ve konuyu anlatırken sağladığı işlevsellik açısından erdem etiği kavramını kullanmayı uygun gördük. Bu noktada erdem etiği ve erdem teorisi arasında bir ayrımı da vurgulamak gerekmektedir. Erdem teorisi genel olarak erdemlerle ilgilenen ve onları açıklayan bir düşünceye işaret ederken, erdemin ahlakta merkezi mi olduğu yoksa daha başka temel bir kavram veya önermeden mi türediği sorularına bir cevap vermemektedir. Yani erdem

etiği kendi başına bir felsefi görüş olarak ortaya çıkarken erdem teorisi pekâlâ onun eleştirdiği diğer modern ahlak teorilerinde de ortaya çıkabilmektedir. Örneğin, Onora O'Neill Kantçı çizgide bir erdem teorisi geliştirmiştir. O'Neill (1998: 77-78) çağdaş erdem etikçileri tarafından Kant'ın etiğine yöneltilen, yasa merkezlilik, benlik, özgürlük ve eylem noktasında ikna edici olmayan düşüncelere yaslanması, kişiler ve olaylar arasında kural merkezliliğinden dolayı bir yarık oluşturduğu, aşırı bireyci olduğu, tamamen haklar merkezli olduğu ve özel olarak da erdemlerin uygun bir açıklamasını içermediği gibi eleştirilerin haksız olduğunu düşünmektedir. Ona göre bu eleştiriler kendilerini Kantçı çizgide gören çoğu liberal adalet teorilerine uygun düşerken, Kant'ın ortaya koyduğu “pratik akıl” görüşünden hareketle uygun bir adalet ve erdem teorisi geliştirilebilir. Düşünür bu noktadaki düşüncelerini Kant'ın *Ahlakın Metafiziği* adlı eserinin ikinci kısmı ve özellikle de filozofun ‘Erdem Doktrini’ başlığı altında yazdıklarından hareketle oluşturmaktadır.

Yukarıdaki açıklamalar ekseninde ifade edilecek olursa erdem teorilerine kıyasla erdem etiği daha dar bir kapsamda erdem ahlakın merkezi olduğu düşüncesine yaslanmaktadır. Bunu bir örnekle açmak gerekirse, yalan söylememenin erdem olduğu üzerinde Kantçı, faydacı etik teoriler de erdem etiğini savunanlar da ittifak edeceklerdir. Ancak bunun sebebi veya rasyonel olarak gerekçelendirilmesi noktasında bu teoriler arasında birbirine zıt düşünceler gözlenmektedir (Crisp, 1998: 6-7). Örneğin, Kantçı çizgide olanlar koşulsuz emir teorisinden hareketle eylemin bir yasa aracılığıyla evrenselleştirilebiliyorsa meşru olacağını merkeze alarak yalan söylemeye karşı çıkmaktadırlar. Faydacı ekolde bulunanlar ise yalan söylemenin azami faydayı sağlamayacağı ve kişiye sonuç olarak zarar verebileceğinden hareketle yalan söylemeye karşı çıkmaktadırlar. Erdem etiğini savunanlar ise yalan söylemenin dürüstlük erdemine uygun olmadığından hareketle, başka hiçbir şeye vurgu yapmadan, erdem içinde gerçekleştiği yaşam formlarının kendi içlerinde bir amaç olduğunu dolayısıyla dürüstlüğün merkeziliğini vurgulayarak karşı çıkmaktadırlar.

Çağdaş erdem etiğinin öncüsü sayılan Anscombe'nin modern ahlak felsefesine yönelttiği eleştirilerin temel noktalarını ele almak çağdaş erdem etiğinin mahiyetini anlamada aydınlatıcı bilgiler sunacaktır. Anscombe (1958:1) üç temel tez ileri sürmektedir. Birinci olarak, günümüzde ahlak felsefesi yapmak verimli değildir; şu anda açık biçimde sahip olmadığımız uygun bir psikoloji felsefesine sahip olana dek ahlak felsefesi yapmayı bir kenara bırakmalıyız. İkinci olarak, “sorumluluk”, “görev”, “ödev”, “ahlaki ödev”, “ahlaki sorumluluk” ve “ahlaki görev” gibi kavramlar ve bunlardan hareketle oluşturulan neyin ahlaki olarak iyi ve kötü olduğuyla ilgili temel kavramsal çerçeve ve “ahlaki

zorunluluk” kavramı işaret edilen psikoloji felsefesi yeteri olgunluğa erene dek kullanılmamalıdır. Bunun temel sebebi, bu kavramların artık geçerliliği kalmayan bir etik anlayışın tortuları olmasında ve bu anlamda kendi tarihsel, sosyal ve düşünsel zeminlerinden kopuk halleriyle etik anlayışımıza zarar vermelerinde aranmalıdır. Üçüncü ve son olarak, İngiliz düşünürlerinin etik sahasında Sidgwick’ten bu yana aralarındaki fark oldukça önemsizdir; hepsi aynı çizgide etiği ele almışlardır. Bu üç temel eleştiriden bizi en çok ilgilendiren ilk ikisidir. Bunlardan ilki uygun bir felsefi psikoloji ulaşılabilir olana dek ahlak felsefesi yapmayı ertelemeyi önermekte, ikincisi ise ahlak söz konusu olduğunda klasikleşen kavramları bir kenara bırakmayı yeni bir ahlak felsefesi için ön şart olarak öne sürmektedir. Yeni bir etik anlayışın ortaya çıkmasını sağlayacak psikoloji felsefesi için başlangıç noktasını ise “erdem” kavramı oluşturacaktır. Anscombe bu noktada Aristoteles’e referansla bu tür bir etiğin imkânına işaret etmektedir. Ancak düşünüre göre Aristoteles insan eylemleri söz konusu olduğunda *niyet*, *motivasyon* ve bunların bedenlendiği *eylem* noktasında yeterli ve doğru tahlillerde bulunmadığından dolayı *erdem* kavramı yeniden ve modern psikoloji felsefesi dâhilinde ele alınmalıdır (Anscombe, 1958: 5). Bu yapılane dek “erdem” kavramı ahlak felsefesi için kullanışlı bir hale gelmeyecektir. Diğer yandan ikinci eleştiri noktasıyla alakalı olarak, düşünür, modern ahlak felsefesinde ahlaklılığın yasal veya hukuki bir zeminde ele alındığını ve bunun günümüzde anlamını yitirdiğini belirtmektedir (Anscombe, 1958: 6). Buna göre, Hristiyanlık etik ile ilgili kavramlarını ve bu kavramların sınırlarıyla birlikte içeriklerini de Tevrat’tan devşirmiştir. Böylece ahlaki tüm kavram ve önermeler bir yasa tarafından belirlenen veya istenen hukuki bir hüviyete kavuşmuşlardır.

AHLAKİ YASA KARŞISINDA AHLAKİ BİREY

Roger Crisp (1998: 1) Batı düşünce sistematığının Hristiyan-Yahudi arka plandan ve onun ahlaki tanrısal emir çerçevesinde hukuki bir zeminde ele almasından yoğun biçimde etkilendiğini belirtmektedir. Bu durum ise iki önemli sonuç ortaya çıkarmıştır. Birinci olarak “Nasıl yaşamalıyım?” sorusu yerine hukuki kavrayışa uygun olarak “Nasıl eylemeliyim?” sorusu önem kazanmıştır. İkinci olarak bu soruya uygun olarak ahlak görevler veya zorunluluklar çerçevesinde ele alınmıştır. Bu resme uygun düşen iki önemli modern ahlaki teoriden ilki olan Kant’ın etiğinde doğru eylem sorunu ahlaki yasaya uygunluk olarak ele alınmıştır. İkinci teori olan faydacılık da ilki gibi neredeyse tamamen ahlaki yasa tarafından belirlenen eylem üzerinde yoğunlaşmış ancak bu sefer Kant’ın aksine ahlakilik noktasında sonuca vurgu yapmıştır. Bu düşünce sistematığında ise ahlakın üzerinde inşa edildiği “yükümlülük”, “sorumluluk”, “yasaya uygunluk” gibi kavramlar ancak ve ancak aşkın yasa koyan bir varlık

mevcutsa ve bu anlamda bir otorite olarak kabul ediliyorsa anlamlı hale gelmektedir. Mutlak yasa koyucu bir varlık inanişından uzaklaşıldığı takdirde modern ahlak felsefelerinin temelini oluşturan bu hukuki kavramlar da köklerini dolayısıyla anlamlı oldukları zemini kaybedeceklerdir. Anscombe bu kavramların anlamlı oldukları düşünsel çerçeve olan “hukuki ahlak anlayışı” ve “mutlak yasa koyucu varlık” gibi iki temel ölçütlerini modern seküler zamanlarda yitirdiklerini belirtmektedir. Düşünür miladını doldurmuş ve bir önceki dönemin kalıntısı olan bu kavramlarla ahlak felsefesi yapmanın mümkün olmamasından da ötede başka bir ahlak felsefesinin, Aristoteles örneğinde olduğu gibi, mümkün hatta zorunlu olduğunu savunmaktadır (Anscombe, 1958: 8).

Diğer yandan modern ahlak teorilerinde görülen yasa merkezlilik veya hukuki dil sadece ve sadece Hristiyan arka plandan beslenmemekte bu durum aynı zamanda modern zamanların kendine has doğasından da kaynaklanmaktadır. Bu durumun temel nedeni olarak modern zamanlarda birbirinden oldukça farklı görüşlerin ortaya çıkması dolayısıyla bu görüşlerin ortak bir doğal haklar teorisi etrafında yakınlaştırılması çabası, toplumda gittikçe artan ve oldukça karmaşıklaşan ilişki biçimlerinin belli kurallara ihtiyaç duyması, bazı Kantçı ve faydacı ekollerin bu zeminde ahlaki olarak oldukça basit ve kullanışlı gibi görünen düşünceler ileri sürmeleri olarak sıralanabilir (Crisp, 1998: 2). Ancak daha önce vurgulandığı gibi bu sorunlara hukuki veya yasal zeminde bir dil geliştirerek cevap vermek, bu kavramların içinde işlev gördükleri ahlaki ve sosyal zemini yitirmelerinden ve modern zamanların seküler karakterinden dolayı verimsiz ve kısır bir çabaya işaret etmektedir (Crisp, 1998: 2)

MacIntyre da benzer bir biçimde yasa merkezli ahlak teorilerin kökeninde teolojik geleneğin bütünlleştirici yaşam tarzı ve düşüncesinin yattığını, günümüzde ise bunların geçerliliğini yitirmesinden dolayı bu biçimde bir ahlak felsefesi yapmanın oldukça anlamsız bir çabaya işaret ettiğini vurgulamaktadır. MacIntyre’nın (2001: 84) kendi ifadeleriyle belirtecek olursak: “Laik rasyonalitenin hâkim olduğu bir dünyada, din artık ahlaksal söylem ve eylem için gerekli böylesi bir ortak arka planı ve temeli sağlayamazdı ve felsefenin dinin artık sağlayamadığını sağlamadaki başarısızlığı, felsefenin kültür içindeki merkezi rolünü kaybetmesinin ve dar, marjinal bir akademik çalışma alanı haline dönüşmesinin önemli bir nedenidir.” Düşünür dinin azalan otoritesiyle birlikte temel kavramlarını dinsel gelenekten alan ahlak felsefesi yapma imkânının da ortadan kalktığını vurgulamaktadır. Bunun temel nedeni ise bir önceki dönemin dilinin form olarak muhafaza edilirken, içerik olarak seküler bir kapsama sahip olması amaçlanmış ancak ahlak yasası ifadesinde olduğu gibi ahlakın genel bir yasa formu olduğu iddiası temellendirilememiştir. Bu açıdan da biz erdem etiğine ahlak felsefesi ve ahlaki yaşantıya yeni haklı çıkartma gerekçeleri sunma ve

temellendirme çabasının bir hâsılası olarak yaklaşabiliriz. Peki, ortaya çıkacak yeni ahlak teorisinin veya anlayışın temel parametresi ne olmalıdır?

Charles Pigden (1988: 24), bu noktada, Anscombe'nin gündelik olarak kullanılan ve vazgeçilmesi mümkün olmayan zorunluluk ifade eden kelimelerle, bunların ahlaki zeminde kullanılmaları arasında bir ayrım gözettiğini vurgulamaktadır. Buna göre Anscombe, Hume'dan beri hâkim olan “olması gereken” ve “olan” arasındaki ayırmadan hareketle olması gerekenin, olandan devşirilemeyeceği düşüncesine gündelik dilden ve Aristoteles'ten hareketle bir itiraz geliştirmiştir. Çünkü gündelik dilde insan için zorunluluk bildiren kavramlar, ahlaki zorunluluk bildiren kavramlardan farklı bir işleve sahiptirler. Örneğin Aristoteles'te zorunluluk bildiren kavramların ahlaki bir anlam kazanması ancak ve ancak ahlaki bir meseleye işaret ettikleri sürece ortaya çıkmaktadır. Bu anlam ortaya çıktığında ise onlar modern ahlak felsefelerinde olduğu gibi hukuki bir anlayıştan hareketle bağlayıcı bir sorumluluk ifade etmekten ziyade insani ihtiyaç ve arzular merkezde olmak üzere bir anlam kazanmaktadırlar.

Bu paralelde, Anscombe insanın ne olduğuyla alakalı olan ve sadece olgulara dayalı bilgilerden, insanın ihtiyaçlarıyla alakalı tezler elde edilebileceğine inanmaktadır; bu düşünce genel olarak çağdaş erdem etiğinde özellikle de bu etiğe insani veya aşkın olmayan bir köken arayan düşünürlerin en temel noktalarından biridir (Pigden, 1988: 26). Diğer yandan, düşünüre göre, insanın neye ihtiyacı olduğuyla alakalı düşünceleri ve istekleri arasında zorunlu bir bağ bulunmaktadır. Bundan dolayı insanın ne olduğuna dayalı olarak olgulardan hareketle oluşturulacak tezler veya düşüncelerle elde edilecek insanın gerçekte neye ihtiyacı olduğuyla ilgili cevaplarla bireyin arzusunun veya isteğinin bu yönde şekillenmesinin imkânı da ortaya çıkacaktır. Böylece de modern ahlaki teorilerde hukuki bir bağlamda ele alınan “ahlaki zorunluluk” kavramının “varsayıma dayalı zorunluluklar” (*hypothetical oughts*) şeklinde olgusal gerçekliklerden elde edilmesi amaçlanmaktadır (Pigden, 1988: 26). Örneğin, eğer iyi davranmanın bizim için ihtiyaç olduğu ve bunun içinde adaletin gerekli olduğu gösterilebilirse hukuki ahlak anlayışına hiç gerek kalmadan, sadece olgusal gerçekliklerden hareketle, insan psikolojisi ve ihtiyaçları merkezde olmak üzere bir etik anlayış geliştirilebilir. Anscombe bu noktayı desteklemek üzere Aristoteles'in etik anlayışını da ele almaktadır. Buna göre Aristoteles etiğinde ahlaki kusurun modern ahlaki teorilerde olduğu üzere, artık geçerliliği kalmamış ve içerikleri boşaltılmış, “günah” “yasak” veya “kanunsuz” kavramları çerçevesinde ele alınması yerine son derece genel ve gündelik bir kategori olarak “hata” veya “yanılgı” kavramları çerçevesinde ele alınması söz konusudur (Pigden, 1988: 30).

Benzer biçimde Sean Mcaleer antik etik teorilerin özünde bireyi ahlaklılığa veya ahlaki ideallere cezbetme olgusunun yatarken, modern etik teorilerin hukuki dilinde saklı olan ahlakın bir emir olduğu öngörüsünün yattığını, modern teoriler aleyhine bir özellik olarak kaydetmektedir (Mcaleer, 2007: 221). Hukuki ahlak dilinin bir diğer açmazı ise ortaya konan genel ve soyut kuralların tek bir eyleme, bireye ve topluma uygulanmasının yarattığı sıkıntıdır. Yani kuralı uygulayacak bireyin karakteri ve kuralın hedeflediği eylemin içinde ortaya çıkacağı sosyal ortam son derece dinamik ve organik bir karaktere sahipken, deontik ve faydacı ahlak dilinin tek düze ve yasa merkezli yapısı gerçek ahlakın zengin ve kuşatıcı vasıflarının önemli ölçüde kırılmasıyla mümkün hale gelmektedir (Mijuskovic, 2007: 135-139). Örneğin, biz insanları bir kuralı uyguladıkları için değil, mükemmel, yüce gönüllü, cesaretli, idealist, bilge oldukları için takdir eder veya ahlaklı buluruz, söz konusu modern ahlak teorileri ise bize bu noktada herhangi bir şey söyleyememektedirler. MacIntyre bu paralelde Anscombe'nin bireysel insan psikolojisine referansla “olan” ve “olması gereken” arasında sağlamaya çalıştığı uzlaşıya, bireyin içinde gömülü halde bulunduğu topluma vurgu yaparak bir çözüm getirmeye çalışmaktadır. Bu çabanın Aristotelesçi telmihleri çok açıktır. MacIntyre (2001: 283) bu bağlamda erdemın tanımını yaparken şu ifadeleri kullanmaktadır: “Bir erdem, sahip olunması ve hayata geçirilmesi, pratiklere içsel olan iyileri başarmamızı olanaklı kılmaya yönelik olan, yoksunluğu ise bizi, bu tür herhangi bir iyiyi başarmaktan büyük ölçüde alıkoyan, edinilmiş insansal bir niteliktir.” Bu tanımda en merkezi kavram olan “pratik” kavramının MacIntyre için tamamen toplumsal bir içeriğe sahip olduğunu belirtmemiz gerekmektedir.

Yukarıdaki bağlam dâhilinde Aristoteles etiğinin sağladığı, modern ahlak felsefelerinin hukuki veya yasal ahlaki dilinden farklı bir ahlaki dille birlikte ortaya çıkan kavramsal çerçeve ve işaret ettiği felsefi psikoloji onun cazibesini açıklamaktadır. Christopher Cordner (1994: 291-292) bu noktada Aristoteles etiğinin modern erdem etiği açısından iki önemli özelliği olduğunu vurgulamaktadır. Bunlardan ilki Platon ve Kant'ın aksine Aristoteles herhangi bir aşkın veya etik ötesi bir düşünceye ihtiyaç duymayan, tamamen bu dünyayı ve bu dünyaya içkin biçimde yaşayan insanı merkeze alan doğalcı, deneyime dayalı bir etik dil geliştirmiştir. İkinci olaraksa onun ahlak felsefesi doğalcı olmasına rağmen ahlak dünyasını herhangi bir indirgemeye tabi tutmayan zengin ve somut bir kavramlar dünyasına sahiptir. Bu durum ise Aristoteles'i hem ahlakı ahlak olmayana, örneğin biyolojiye indirgeyen, doğalcı ahlak savunucularından olduğu gibi ahlakı evrenselleştirilebilir emirlerden ibaret gören düşünürlerden ve yine onu salt biçimde duygusal tepkilere indirgeyen düşünürlerden de ayıran en temel vasfıdır. Ancak modern erdem etiğinin Aristoteles etiğinin birebir kopyası olarak

yorumlamak da mümkün değildir. Yine Cordner'a (1994: 292) göre modern erdem etiği en az üç noktadan Aristoteles etiğinden ayrılmaktadır. Birincisi, Aristoteles'in saydığı erdemlerden bazılarını tamamen görmezden gelme veya içeriğini değiştirme noktasında modern erdem etikçilerinin gösterdikleri çabalaradır. Örneğin cesaret kavramını Aristoteles oldukça militarist bir biçimde ele almışken, ahlaki cesaret erdeminden bahsetmemektedir. Bu ise modern etik anlayışlar için kabul edilemez veya daha doğru bir ifadeyle oldukça garip bir durumdur. İkincisi, Aristoteles etiğinde Batı kültürü için vazgeçilmez erdemler arasına girmiş, affedicilik, merhamet, alçakgönüllülük gibi erdemlerden hiç söz edilmemektedir. Cordner (1994: 293) bu durumun Aristoteles etiğinin örnek insan tipi olan kendini müstağni gören, kendi kendine neredeyse tapan aristokrat bir tipi merkeze alırken; Batı ahlak felsefesi geleneğinde oldukça önemli bir etkiye sahip olan Hristiyanlığın örnek insan tipinin neredeyse tamamen çıplak biçimde çarmıha gerilen, alçakgönüllü, affedici ve sevgi dolu İsa imajı etrafında oluşmasından kaynaklandığını belirtmektedir. Üçüncüsü, modern erdem etiği tüm insanların eşitliği temelinde yükselirken, Aristoteles etiği insanlar arası eşitlik fikrine oldukça uzaktır. Buna göre, köleler, yabancılar ve kadınların ahlaki özne olma bakımından tamamen görmezden gelindiğinden hareketle Aristoteles etiğinin neredeyse içinde yaşadığı site devleti ve orada cari olan sosyal ve siyasal ilişkiler ağının bir yansıması olarak okunabileceği vurgulanmalıdır.

Diğer bir ayrım noktasını ise Julia Annas vurgulamıştır. Annas'a (1995: 7-10) göre genel olarak antik felsefe geleneğinde, özelde ise Aristoteles'in erdem etiğinde, öznenin nihai amacı olarak mutluluk veya kendini gerçekleştirme ve erdemler öncelikli ahlaki olgular olarak ele alınabilecekken modern anlamda diğer tüm etik kavram ve önermelerin kendilerinden türetildikleri temel olgular olarak ele alınabilme imkânları yoktur. Çünkü bu düşünce sistemi içerisinde hiyerarşik bir anlayış olmadığı gibi, indirgemeci bir felsefi tavırda bulunmamaktadır. Bu ise bazı modern erdem etikçileri açısından kabul edilemez bir tutumdur. Bu bağlamda Mcleer'a göre (2007: 212-213) çağdaş erdem etiği savunucuları arasında Aristoteles etiğiyle alakalı en ilginç çıkışlardan birini Gary Watson yapmıştır. Watson'a göre herhangi bir etik teorisinin erdem etiği kapsamında değerlendirilebilmesi için birinci olarak onun mutlaka ve mutlaka erdemi diğer tüm kavramların kendisinden türetildiği veya ona indirgendiği temel bir konumda ele alması gerekmektedir. İkinci olarak bu kapsamdaki bir ahlak teorisinin genel bir erdem anlayışına ve erdemler arasında kurulacak olan teorik bir çerçeveye ihtiyacı vardır. Aristoteles etiğinde insani potansiyelin gerçekleşmesi anlamına gelen, psikolojik mutluluktan ayrı olarak objektif bir mutluluk durumuna işaret eden bir kavram olan *eudaimonia* merkezi bir rol oynadığından ve erdem ona nispetle tanımlandığından dolayı sayılan

özelliklerden ilkinin kapsamı dışına düşmektedir. Dolayısıyla, onun etiği erdem etiği kapsamında değerlendirilemez. Ancak, Mcleer (2007: 213) bu düşünceye Aristoteles'te *arete* ve *eudaimonia* kavramlarının genel bir işlevsellik teorisi etrafında ele alındığını ve her iki kavramında döngüsel biçimde ve bir birilerine bağlı olarak teoride merkezi bir rol oynadıklarından hareketle Watson'un düşüncesinin aşırı uçta bir erdem etiği tanımını ihtiva ettiğini belirterek karşı çıkmaktadır.

Hursthouse (2001: 108) ise “doğruluk” kavramının Aristoteles'te kullanılmasından hareketle bu etiği eleştiren ve bu bağlamda da radikal erdem etiğini savunanlara karşı çıkarak Aristoteles etiğinde veya çağdaş erdem etiğinde “doğruluk” kavramının deontik bağlam dışında da kullanılabileceğini savunmaktadır. Düşünüre göre Aristoteles “doğru” kavramını bir yasaya uymak noktasında deontik bir zorunluluk olarak ele almak yerine bu kavramı “Yeni Zelanda'nın başkenti neresi?” sorusuna verilen “Wellington” cevabının doğru olması gibi ele almaktadır. Bu açıdan da Aristoteles'te doğru kavramının bir eyleme nispetle kullanılması, erdemli insanın iç dünyasıyla birlikte eylemin gerçekleştiği genel bağlamı da içine alacak şekilde olmaktadır. Bu ise genel bağlam içinde ortaya çıkması gereken erdem bir örneği olarak eylemin değerlendirmesini içerdiği ölçüde de *areatik* temelde anlaşılması gereken bir düşünceye ve bu anlamda bir “doğru” kavramının merkeziliğine işaret etmektedir. Benzer bir biçimde Slote (1995: 89) da erdem etiğinin iki önemli saç ayağı olduğunu bunlardan birinin karakter değerlendirmesi, diğerinin ise eylem değerlendirmesi olduğunu ve bunların erdem merkezde olmak üzere yapılması gerektiğini, ancak iki değerlendirmenin birbirine indirgenmesinin uygun olmadığını belirtmektedir. Düşünüre göre bunun temel sebebi eylemlerin ahlaki statülerinin tamamen karakter değerlendirmelerinden türetilmemesidir. Modern erdem etiğinin kurucu kavramlarının büyük ölçüde Aristoteles etiğinden neşet etmesine rağmen, bu kavramların farklı bir zaman-mekân ve insan-toplum algısı çerçevesinde yeniden-üretildiği ve bu anlamda da çağdaş erdem etiğinin kendine has bir çizgi tutturduğu tespiti belirtilen düşüncelerden çıkan en net sonuçtur.

Modern ahlak teorilerinin hukukilik vasfına yukarıda anılan eleştiriler dışında bir diğer eleştiri de J. O. Urmson tarafından geliştirilmiştir. Urmson'a göre modern ahlak teorileri temel olarak üç deontik kavram etrafında dönmektedirler; ahlaki olarak “izin verilen”, “zorunlu olan” ve “yasak olan”. Düşünür ahlakın bu üç kavram etrafında dönmesinin veya bunlara indirgenmesinin, onu oldukça kısır bir döngüye soktuğunu ve bu kavramların kapsamı dışına düşmesine rağmen ahlaki eylem olarak sayılabilecek olguların da mevcut bulunduğunu savunmaktadır (Brannmark, 2006: 591). Modern ahlak teorilerde yer bulmamasına rağmen, Urmson bu eylemleri “kahramanca” ve “azizlere has”

şeklinde kategorize etmektedir. Dolayısıyla herhangi bir ahlak teorisinin ahlaki tüm boyutlarıyla kuşatması gerektiği dikkate alındığında, modern ahlak teorilerinin bu noktada oldukça dar kapsamda bir sahayı içerdikleri ve bundan dolayı da ahlaki yaşantımızı anlamlandırma noktasında yetersiz kaldıkları görülmektedir.

TOPLUM, BİREY VE AHLAK

Şu ana kadar yazdıklarımızın özünü oluşturan ve aynı zamanda erdem etiğinin temel eleştirilerini ihtiva ettiği ölçüde onun temel öngörülerinin ne olduğunu negatif bir biçimde ortaya koyan ve sorun olarak gördüklerine getirdiği çözümler bağlamında günümüzdeki ana çizgilerini belirleyen eleştirilerini sekiz temel nokta biçiminde sıralamak mümkündür. Erdem etiği açısından bakıldığında modern ahlak teorilerinin sekiz temel noktası şunlardır (Velazco ve Trianosky, 1997: 43-44):

- Ahlak için en önemli soru “Yapılması doğru veya zorunlu olan nedir?” sorusudur.
- Temel ahlaki yargılar eylemlerin doğruluklarıyla alakalı olan yargılardır.
- Temel ahlaki yargılar eylemlerle alakalı genel kurallar veya prensipler şeklinde ortaya çıkmaktadırlar. Herhangi bir tikel eylemle ilgili ahlaksal yargı her zaman için bu genel formun bir alt örneği olmak durumundadır.
- Temel ahlaki yargılar her zaman için evrensel bir forma sahiptirler. Onlar bireylere ve bireylerin içinde bulundukları ilişkiler ağına hiçbir esaslı referansta bulunmazlar.
- Temel ahlaki yargılar insani iyi temeline yaslanmazlar ve insan doğası ahlaki değerlendirmeden tamamen bağımsızdır.
- Temel ahlaki yargılar, kategorik buyruklar olarak ahlaki öznenin arzularından ve ilgilerinden bağımsız bir biçimde otomatik haklılaştırma veya doğru çıkarma kaynağı olarak işlem görürler.
- Erdemli insanın içindeki arzu ve duygulardan bağımsız biçimde, temel ahlaki yargıların bu öznenin temel ahlaki motivasyonunda rol oynadıklarını düşünmek hem mümkündür hem de zorunludur.
- Karakterin erdemi her zaman için daha önceden belirlenmiş bir doğru eylem tanımından elde edilir veya ondan türetilir.

Yukarıdaki özellikler erdem etiği dışındaki modern ahlak teorilerinde ahlakın hukuki veya yasal bir formda algılandığını göstermektedir. Statman’ın (1997: 3) ifadeleriyle: “Tüm insanlar evrensel görevler tarafından bağlanmışlardır, bu

görevler ya iyi kavramından önce gelirler ya da herhangi bir iyi kavramından türetilirler. Bu açıdan da ahlaki akıl yürütme sadece kuralların uygulanmasıyla alakalıdır ve erdemin değeri ya doğru ya da iyi kavramlarından türetilir.” Bu görüşün özünde ise ahlaki yükümlülük düşüncesi yatmaktadır. Ahlaki yükümlülük düşüncesini sağlayan hukuki ahlak anlayışına erdem etiği temel olarak iki açıdan eleştiri yöneltmektedir. Bunlardan ilki kavramsal eleştiridir. Buna göre görev veya sorumluluk kavramı her zaman için herhangi bir üst otorite tarafından ortaya konan bir yasalar kümesi ön gerektirirken; ahlaki zorunluluk herhangi bir hukuki sisteme gönderme de bulunmamaktadır. Bu durumda ise herhangi bir atfı olmayan veya göndermede bulunduğu yer boş küme olan bir kavram olarak ahlaki zorunluluk “serbestçe yüzen ve kayıtlı olmayan” boş bir kavram olmak durumunda kalmasının yanında bu dil ahlaki bizim dışımızda bir yere konumlarken ahlakın insan olarak bizim içimizde olduğu gerçeğine zıt bir anlayışı temsil etmektedir (Statman, 1997: 3-5). İkinci olarak, erdem etiğinin bu etik anlayışa yönelttiği eleştiri tarihsel bir hüviyettir. Bu eleştiriye göre tarihsel olarak, antik dünyada modern anlamda bir ahlaki zorunluluk anlayışı mevcut değildir. Bu dönemde ahlak düşünceleri veya felsefeleri temel olarak iyi yaşam ve iyi karakter özellikleri üzerine yoğunlaştıkları ölçüde özne merkezli bir ahlakın temsilcileri olmuşlardır. Ahlaki yasa ve zorunluluk kavramı tarihsel olarak Hıristiyanlık arka planı ve insan ötesi tanrısal yasa koyucu düşüncesine yaslanmaktadır. Bu haliyle de tüm kişi ve durumları aşan, onları dikkate almayan evrensel bir yapıya sahiptir. Modern dünyada ise dinin etkisinin kırılmasına rağmen dinden kaynaklı ahlaki yasa ve zorunluluk kavramlarının hâlâ ahlak felsefesinde kullanılmaya çalışılması bu kavramların aslına boş kavramlar olduğu gerçeğini değiştirmemektedir (Statman, 1997: 4). Dolayısıyla, yasa merkezli olmaktan ziyade insan merkezli olan yeni bir etik dile ihtiyaç vardır. Bu etik dil ise antik dönem filozoflarında ve özellikle de Aristoteles’te mevcuttur. O halde Aristoteles’te olduğu gibi erdem, erdemli birey, karakter ve insanın ne olduğu üzerinden psikoloji felsefesi ışığında bireyin toplum içerisindeki konumu vb. noktalardan hareketle yeni bir ahlak felsefesi oluşturulmalıdır.

Erdem etiği savunucularının diğer etik teorilere yönelttiği eleştiriler daha geniş bir yelpazeye yayılmaktadır. Ancak hepsinin kökeninde hukuki ahlak anlayışına yönelik bir itirazın mevcudiyeti görülmektedir. MacIntyre (2001: 91) geçerliliğini yitirdiği halde temel kavramları ahlak felsefesinde korunan dini tarihsel mirasın ya da arka planın günümüzdeki konumuyla ilgili olarak şu tespitte bulunmaktadır: “On sekizinci yüzyıl ahlak felsefecilerinin başarısızlığa uğraması kaçınılmaz olan bir projeye bel bağlamış oldukları söylenebilir; çünkü onlar, bir taraftan, doğrudan doğruya birbiriyle çelişecek şekilde tasarlanmış bir ahlaksal buyruklar kümesini ve diğer taraftan da bir insan doğası tasarımını

devralırken, aslında, ahlaksal inançlarına belirli bir insan doğası içinde rasyonel bir temel bulma çabasına girişmişlerdir... Devraldıkları şey, ilk başta tutarlı olan bir düşünce ve eylem şemasının tutarsız fragmanlarından başka bir şey değildi.” Aydınlanma dönemi filozoflarının paylaşılan ahlaki ilkeleri var oldukları dinsel gelenekten koparıp onlara rasyonel ve seküler bir temel sağlama girişimlerinin başarısız olmasından dolayı Aristotelesçi gelenekteki erdem anlayışı post-Aydınlanma dönemi için ahlaki temellendirme ve savunmada tek seçenek olarak ortada durmaktadır (MacIntyre, 1984: 3). Bu durum erdem etiğinin en azından ahlakın insana yabancılaştırılmaması gerektiği ve kural merkezliliğe indirgenemeyecek denli geniş bir sahaya işaret ettiği gibi iki temel öngörüsüyle bir uyum içerisindedir. Bu paralelde batı dünyasındaki çağdaş erdem etiğinin veya etiklerinin şu beş temel noktada beli oranda bir uzlaşa içinde oldukları veya bu özellikleri sergiledikleri görülmektedir (Spohn, 1992: 61):

- Ahlaki değerlendirme öznenin karakteri üzerine yoğunlaşmakta, eylemler ise öznenin değerler dünyası ve bağlılıklarını sergilediği için önemli olarak görülmektedirler.
- İyi bir karakter, pratik ahlaki yargılarda bulunurken kuralları merkeze almaktan veya onlara uymaktan daha çok karakterini oluşturan inançlar, deneyimler ve duyarlılıklarla hareket etmektedir.
- Ahlak psikolojisi, erdemlerin veya erdemsizliklerin nasıl ortaya çıktığı ve geliştiğiyle alakalı açıklamalarda bulunmalıdır.
- İnsani olan amacın gerçekleştirilmesi veya bir bütün olarak insanın kendini gerçekleştirmesi bağlamında erdemler ya bu sürecin sağlayıcıları ya da temel bileşenleri olarak ele alınmalıdır.
- Erdemler belli bir tarihsel ve kültürel dönemdeki oluş veya ortaya çıkış biçimleriyle ele alınmalı ve aynı zamanda tarihsel birer görüngü olarak erdemlerle daha genel geçer olan insan doğası arasında bir bağ bulunup bulunmadığı sorusu merkezi sahneyi işgal etmelidir.

Yukarıdaki maddeleri dikkate alarak belirtecek olursak evrensel bir rasyonaliteden bahsetmek veya herhangi bir gelenek ötesi rasyonalite tanıımı yapmak mümkün değildir, yaşantımıza uygun herhangi bir rasyonalite ancak ve ancak geleneklerin sağladığı kültürel ve sosyal hayat tarafından mümkün hale gelmektedir (MacIntyre, 1988:369). Bu görüşün karşısında ise Kant ve Mill gibi filozoflarca temsil edilen evrensel olduğu ölçüde herhangi bir geleneğe veya kültüre içkin olmayan ancak gelenekleri ve kültürleri dışarıdan bir ölçüt olarak değerlendirmeye tabi tutacağımız rasyonel-normatif bir ahlak savunusu bulunmaktadır. Bu ise ahlaki tarihten ve kültürden bağımsızlaştırdığı ve otonom

kıldığı ölçüde bireylerin “öyküsel bütünlüğe” sahip bir yaşantı sürmelerinin önünde bir engeldir (Hauerwas, 2007: 36). Ahlaki evrensellik ve soyutlamanın ahlakiliğin zorunlu şartı olarak görülmesi bireyin hayatının bütünselliğini ve içinde yaşadığı toplumla olan ilişkisini de ikinci dereceden önemli, hatta ahlak söz konusu olduğunda tamamen önemsiz bir hale getirmektedir. Hâlbuki tamda bu kabulün zıddına ahlaki yaşantının anlamlı olması ve kavranabilir bir formda olması için benim bir toplum içinde ve bu toplum tarafından sağlanan belli bir insani mükemmellik ideasını içinde barındıran ve hayatımın bu doğrultuda anlamlı bir öykü olarak ortaya çıkmasında olanak tanıyan özel bir zaman, mekân ve kültür içinde değerlendirilmem gerekmektedir (Hauerwas, 2007: 37). Modern ahlak teorileri ise tam tersine *yersiz-yurtsuzlaştırılan* bir benlik ve soyut olduğu ölçüde ahlaki seçimleri herhangi bir somut ve sosyal ilişkiler ağının dışına iten bir kimlik kurgusunu merkeze almışlardır (Hincham, 1989: 636). Buna bağlı olarak ahlaki dil *yersiz-yurtsuzlaştırılan* bireyin herhangi bir bağlamda anlayabileceği bir çerçeve dâhilinde ve bu kabule yaslanılarak oluşturulmuştur (Hincham, 1989: 40). Yani herhangi bir ahlaki ilke, belli bir sosyal ve kültürel zeminden kopuk biçimde, rasyonel olarak herhangi bir birey tarafından hangi kültürde veya tarihsel kesitte yaşıyorsa yaşasın, anlaşılabilir kabulü deontik ve faydacı ahlak teorilerinin özünü oluşturmaktadır. Diğer bir ifadeyle, ahlaki ilkeler tarihten, sosyal ve kültürel dünyadan bağımsızdırlar ve onlara yön verirler, bu durumun tersi ise mümkün değildir kabulü anılan ahlak teorilerinin başlangıç noktasını teşkil etmektedir.

Yersiz-yurtsuz birey düşüncesi insanın tarihsel serüveni düşünüldüğünde oldukça yeni ve tarihsel bir kabule yaslanmaktadır. *Bireyselci ideolojinin* Aydınlanma dönemiyle birlikte hâkimiyet kazanması ve bireyin metafizik-epistemolojik olarak toplum, gelenek ve kültür karşısında öncelenmesiyle ortaya çıkan bu düşünce bireyin ahlaki yaşantısının herhangi bir toplumsal ve tarihsel öyküden kopartılarak ele alınabileceğini savunmaktadır (Hincham, 1989: 644). Bu durum geleneksel toplumlarda mevcut olan ve bireyleri içine gömülü oldukları sosyal roller, toplumsal idealler, ortak değerler dünyası aracılığıyla tanımlayan veya ancak bu çerçevede özneyi mümkün gören anlayışın tam karşısında bir görüşe tekabül etmektedir. İnsan doğası evrensel ve sosyalleşme öncesi ele alınmakta ve bu şekilde tanımlanmaktadır. Özellikle MacIntyre’nın savunusunu yaptığı erdem etiği ise bireyin ancak geleneksel biçimde ele alınabileceğini ve kimlik oluşumunun, ahlakiliğin ancak bu şekilde keyfilikten, soyutluktan kurtulup objektif bir temele sahip olabileceği temeli üzerinde yükselmektedir (Sayers, 1999: 148). Bu düşüncenin temelinde ise belli bir toplumsal, tarihsel ve kültürel dünyaya ait olmanın veya bunlardan süzülen gelenekler aracılığıyla oluşacak olan kimliğin herhangi bir ahlaki değerlendirme

için zorunlu bir ön koşul olduğu kabulü yatmaktadır (Sayers, 1999:149). İçinde yaşanan toplumlar veya daha organik bir kavram olarak cemaatler şu altı açıdan ahlak ve erdemlerle ilişkilidirler (Blum, 1998: 232-234):

- Erdemler dilin öğrenilmesine benzer biçimde ancak ve ancak belli bir topluluk içerisinde öğrenilirler; bireysel çabayla yoktan üretilmeleri veya rasyonel olarak icat edilmeleri mümkün değildir.
- Erdemleri ancak bir topluluk mensubu olarak elde etmemizin ötesinde, onlar ancak ve ancak bir topluluk içerisinde yaşanabilirler. Topluluklar erdemi destekleyen veya ayakta tutan temel kaynaklardır.
- Ahlaki kişilik ve bir bütün olarak ahlaki özne ancak ve ancak bir topluluk içinde ortaya çıkmaktadır.
- Bir erdemin ne anlama geldiğini, nasıl yaşanması gerektiğini ancak ve ancak bir topluluk içinde yaşayarak öğreniriz çünkü topluluklar erdemin içeriğini sağlayan yani onun ne olduğunu ve olmadığını belirleyen ana yataklardır. Buna göre biz bir erdemi sadece bilinçsel olarak değil, yaşandığı gibi veya yaşanması gerektiği gibi algılayarak, içselleştirerek ancak bir topluluk içerisinde anlar ve bundan hareketle de ahlaki kuralları tikel durumlara nasıl uygulayacağımızı, karşılaştığımız durumların ne tür eğilimleri ve eylemleri gerektirdiğini yaşayarak öğreniriz. Yani erdemleri bir topluluktan bağımsız ve sosyalleşme sürecinden önce, deneyime ihtiyaç duymadan öğrenmemiz imkân dâhilinde değildir.
- Benzer biçimde hangi eylemlerin ve eğilimlerin değerli olduğu hangilerinin olmadığı noktasında topluluklar bizlere bir standart sağlarlar. Bu standardın soyut biçimde ele edilmesine ve yaşanmasına imkân yoktur.
- Bunun sonucunda da erdemler, özellikle topluluk yaşantısıyla ilgili olan adalet, hoşgörü vb. gibi erdemler, bir topluluğun devamına ve ayakta kalmasına imkân tanırırlar.

Böylece erdem etiği kapsamında, ahlaki özne ve erdemlerin ancak bir topluluk içerisinde imkân dâhilinde oldukları ancak bunun tek yönlü bir işleyiş olmadığı ve erdemlerin de tersinden bir topluluğun veya cemaatin varlığının imkân dâhilinde olmasının ön koşulları olduğu tespitinde bulunabiliriz. Diğer bir deyişle, erdemler, ahlaki özne ve topluluklar arasında döngüsel bir ilişki mevcuttur. Bu paralelde birey için ahlaki yaşantıyı mümkün kılan değerlerin seçimlerle ortaya çıkmadığı, daha önceden zorunlu olarak verili olmak durumunda olduğu ve kimlik veya karakterin ancak bu şekilde ele alınabileceği

vurgulanmalıdır. Diğer bir ifadeyle “ahlakımız mevcut şartlarımızla temellendirilebilir ve temellendirilmelidir” ve böylesi bir temellendirmede karşılaşılabileceğimiz radikal görecelilik tehlikesi günümüzün toplumsal ideallerini merkeze alarak mevcut gerçekliği eleştirme çabasıyla aşılabılır (Sayers, 1999: 151-154). Yani toplumsal, tarihsel ve kültürel geleneğin bize sağladığı idealler bugünkü toplumsal durumumuzun gerçeklikleri olmayabilir ve bu nokta bize gelenek içi bir olanak olarak mevcut toplumsal durumu eleştiri imkânı tanımaktadır. Bu tespit dinsel gelenekler söz konusu olduğunda belli bir dinin herhangi bir cemaatte yaşanan formunun ahlaki olarak değerlendirilmesinin ölçüsü olarak bu dinin kendi ideallerinin merkezi olduğunu vurgulamaktadır. Böylece bir dinin mevcut olarak yaşanan biçimiyle, sahip olduğu idealler birbirinden ayrılmakta ve idealler din içi ahlaki ilkeler olarak herhangi bir toplumsal veya bireysel eylemin veya tavrın kendisi aracılığıyla değerlendirilebileceği üst bir normatif küme olarak öne çıkmaktadırlar. Bu tespit daha önce ele alındığı biçimiyle dinlerin ahlak dünyalarının yasalara indirgenip indirgenemeyeceği noktasında bize dinsel yasaların mevcut olanın ötesinde veya ondan bağımsız olmak yerine mevcut olana içkin olan ve ahlaki yaşantının kendisi aracılığıyla değerlendirilebileceği ilkeler oldukları ve bu anlamda da bir dinin mensuplarına kendilerini insani olarak gerçekleştirmeleri için belli bir teleoloji sağlayan olgular oldukları savunulabilir. Bu durum çağdaş erdem etiğinde din-ahlak ilişkisini soruşturan herhangi bir incelemenin kategorik olarak din ve ahlak arsında bir ayrıma gitmesini sorunlu hale getirmektedir.

SONUÇ

Çağdaş erdem etiği “erdem” kavramını merkeze alan ve bu kavramı “görev” ve “fayda” kavramlarından daha temelde, “iyi” kavramıyla ise en azından eş düzeyde gören, tarihsel olarak özellikle antik Yunan felsefe geleneğinden beslenen bir ahlak teorisidir. Bu açıdan karakter özelliklerinin betimlemesini esas alması noktasında *areatik* bir görüntü sergilerken, deontik etikten ve sonuççu etik teorilerden ayrılmaktadır. Erdem etiği ahlak dünyasını tüm zenginliği içinde kuşatacak uygun felsefi bir psikoloji temelinde yükselirken aslında insanın duygu, düşünce ve eylem boyutlarının hiçbirinin herhangi bir ahlak teorisinde görmezden gelinemeyeceği temel tezini savunmaktadır. Bu paralelde ve daha temel olaraksa ahlaki standart ve ilkelerin yasalardan değil kendi şahsında duygu, düşünce ve eylem noktasında uyumu yakalayan erdemli bireyin karakter özelliklerinden kaynaklanacağını savunmaktadır. Erdem, temel olarak, insan türüne has iyiliklerin gerçekleşmesine olanak tanıyan ve sahibini bu açıdan mutlu kılan veya takdir edilmesini sağlayan karakter özellikleridir. Karakter ise bir bireyin uzun süreli, tahmin edilebilir ve tutarlı eylemlerde bulunmasına imkân

tanıyan psikolojik temeli olduğu kadar akli yönü de bulunan insani bir özelliktir. Bu açıdan erdem etiğinin temel hedefi erdemlerin bireyin karakter özellikleri haline gelmesi anlamında belli bir alışkanlık formunda ortaya çıkmasıdır. Alışkanlık kavramıyla ifade edilen durum, bilinçsiz veya akli dışlayan bir sürece tekabül etmek yerine bireyin akıl, duygu ve eylem noktasında kendini gerçekleştirmesine işaret etmektedir. Benzer biçimde mutluluk geçici hazdan ve psikolojik doyumdan ayrı olarak bireyin kendisini tüm insani potansiyeli ile ifade etmesi olarak okunmalıdır. Dolayısıyla erdem etiği, deontik etikte olduğu gibi ahlaki eylemleri belirlemede analitik yeteneğinin, faydacı ve sonuçcu teorilerde olduğu gibi hesaplayabilme yeteneğinin zıddına ahlak söz konusu olduğunda ahlaklı birey olma sürecinde deneyimin önemine vurguda bulunmakta ve bu çerçevede erdemli bireyleri örnek almayı ahlakın temel standardı haline getirerek taklit yeteneğini ön plana çıkarmaktadır. Bu çerçevede erdem etiği belli bir erdemler listesi içermesi ve bu erdemler arasında mevcut olan ilişkileri ele alması noktasında erdem teorisine sahip olmasının yanında belli bir iyi yaşam ideali ve bu çerçevede ideal insan olabilmenin mümkün yollarını kendisinin temel konusu haline getiren bir ahlak teorisidir. İdeal yaşam formu ve ideal insan düşünceleri ise ancak ve ancak belli bir toplum öngörüsü içerisinde ortaya çıkabilecek olgulardır. İnsanın en karakteristik özelliklerinden birinin sosyal varlık olması bu durumun temel sebebidir. Dolayısıyla erdem etiği ahlaki öznenin kişiliğinin gelişmesi noktasında toplumsal yaşantıya, bu toplumda kabul gören ideal insan tiplerine ve bireyin toplumsal yaşantı içerisinde insani potansiyellerini gerçekleştirmesine olanak tanıyan karakter özelliklerine merkezi bir rol biçmektedir.

REFERANSLAR

1. Alderman, H. (1997). By Virtue of a Virtue. D. Statman (Ed.), *Virtue Ethics* (s. 145-164). Edinburgh: Edinburgh University Press.
2. Annas, J. (1995). *The Morality of Happiness*. New York: Oxford University Press.
3. Anscombe, G. E. (1958). Modern Moral Philosophy. *Philosophy*, 33(124), 1-19.
4. Audi, R. (1997). *Moral Knowledge and Ethical Character*. New York: Oxford University Press.
5. Blum, L. (1998). Community and Virtue. R. Crisp (Ed.), *How Should One Live?* (s. 231-250). New York: Oxford University Press.
6. Brannmark, J. (2006). From Virtue to Decency. *Metaphilosophy*, 37(5), 589-604.
7. Cordner, C. (1994). Aristotelian Virtue and Its Limitations. *Philosophy*, 69(269), 291-316.
8. Crisp, R. (1998). Modern Moral Philosophy and the Virtues. R. Crisp (Ed.), *How Should One Live?* (s. 1-18). New York: Oxford University Press.
9. Hauerwas, S. (2007, October). The Virtues of Alasdair MacIntyre. *First Things: A Journal of Religion, Culture, and Public Life*, 35-40.
10. Hincham, L. P. (1989). Virtue or Autonomy: Alasdair MacIntyre's Critique of Liberal Individualism. *Polity*, 21(4), 635-654.
11. Hursthouse, R. (2001). *On Virtue Ethics*. New York: Oxford University Press.
12. Loudon, R. B. (1997). On Some Vices of Virtue Ethics. D. Statman (Ed.), *Virtue Ethics* (s. 180-193). Edinburgh: Edinburgh University Press.
13. MacIntyre, A. (1984). The Claims of After Virtue. *Analyse und Kritik*, 6(1), 3-7.
14. MacIntyre, A. (1988). *Whose Justice? Which Rationality?* Notre Dame: Notre Dame University Press.
15. MacIntyre, A. (2001). *Erdem Peşinde: Ahlak Teorisi Üzerine Bir Çalışma*. (M. Özcan, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
16. Mcleer, S. (2007). An Aristotelian Account of Virtue Ethics: An Essay in Moral Taxonomy. *Pacific Philosophical Quarterly*, 88, 208-225.
17. Mijuskovic, B. L. (2007). Virtue Ethics. *Philosophy and Literature*, 31(1), 133-141.

18. Onora, O. (1998). Kant's Virtues. R. Crisp (Ed.), *How Should One Live?* (s. 77-98). New York: Oxford University Press.
19. Pigden, C. (1988). Anscombe on 'Ought'. *The Philosophical Quarterly*, 38(150), 20-41.
20. Sayers, S. (1999). Identity and Community. *Journal of Social Philosophy*, 30(1), 147-160.
21. Slote, M. (1995). *From Morality to Virtue*. New York: Oxford University Press.
22. Spohn, W. C. (1992). The Return of Virtue Ethics. *Theological Studies*, 53(1), 60-75.
23. Statman, D. (1997). Introduction to Virtue Ethics. D. Statman (Ed.), *Virtue Ethics* (s. 1-41). Edinburgh: Edinburgh University Press.
24. Velazco, G., ve Trianosky, Y. (1997). What is Virtue Ethics All About. D. Statman (Ed.), *Virtue Ethics* (s. 42-55). Edinburgh: Edinburgh University Press.
25. Wallach, J. R. (1992). Contemporary Aristotelianism. *Political Theory*, 20(4), 613-641.

28. Bölüm

Ulusal Gazete Manşetlerine Ait Söylem Analizi: 14 Mayıs 2023 Genel Seçimleri Örneği

Murat ERDOĞAN¹

¹ Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Esenyurt Üniversitesi, Sanat ve Sosyal Bilimler Fakültesi, Radyo Televizyon ve Sinema Bölümü, muraterdogan@esenyurt.edu.tr ORCID No: 0000-0002-7400-4755

ÖZET

Giriş

Kitle iletişim araçları dün olduğu gibi bugün de topluma yön veren bir şekilde varlığını sürdürmektedir. Medyanın kamuyu bilgilendirme görevi demokrasinin varlığı açısından tamamlayıcı bir unsur olarak kabul edilmekte ve bu unsurun özgür bir şekilde kullanılması toplumun doğru ve tarafsız haberlere ulaşması açısından önem arz etmektedir. Günümüzde ise medyanın sahiplik ve ideolojik yapısı doğrultusunda haber içeriklerinin farklılaştığı bir gerçektir. Medyada manipülasyon sürecinin öne çıktığı bu dönemde, medya metinlerinin daha dikkatli bir şekilde incelenmesinin gerekliliğini ortaya koymaktadır. Kitle iletişim araçlarının propaganda aracına dönüştüğü seçim dönemlerinde gazete haberlerinin egemen güçlerin ideolojik söylemleriyle verildiği görülmektedir. Seçim sonrası medyanın haber verme şekli medyanın sahiplik ve ideolojik yanlılığı konusunda önemli ip uçları vermektedir. İletişim kuramcılara haber metinleri içerisindeki bu kavramları ortaya çıkarmanın eleştirel söylem analiziyle mümkün olabileceğini savunmaktadır. Kitle iletişim araçlarının sahiplik yapısına göre ideolojik söylemler doğrultusunda haber içeriklerini oluşturması haberlerde manipülasyon boyutunu da önemli bir tartışma konusu haline getirmektedir. Türkiye’de seçimler sonrası medyanın haber sunum biçimleri birçok çalışmada ele alınmaktadır. Nazlı ve Çat (2019), “24 Haziran Erken Seçimlerinin Gazete Haberlerindeki Söylem Çözümlemesi” başlıklı çalışmada haber üretimine ideolojik unsurların yansıdığı sonucu ile araştırmamızın sonucu ile benzerlik göstermektedir.

Bu çalışma öncelikli olarak ulusal gazetelerin genel seçimlerin ardından birinci sayfalarını nasıl oluşturduklarını ortaya koymaya dönük olarak tasarlanmıştır. Çalışma kapsamında, 14 Mayıs 2023 Genel Seçimleri sonrasında Türk Medyası bünyesindeki Türkçe yayınlanan ulusal gazetelerin seçim sonrası attığı manşetler ve başlıklar ele alınmıştır. Bu bağlamda, 15 Mayıs 2023’te yayınlanan 22 ulusal gazetenin seçimle ilgili yaptığı haberlerin olduğu birinci sayfalar Van Dijk’in söylem analiz yöntemiyle incelenmiş ve sosyo-bilişsel yaklaşım çerçevesinde değerlendirilmiştir. İncelenen gazetelerin birinci sayfalarında verilen seçim haberlerinin içeriklerine bakıldığında gazetelerin ideolojik temelli bir bakış açısıyla seçimi haberleştirdiği görülmüştür.

Manşet ve Sürmanşet Kavramları

Gazeteler, yayımlanan içerikler itibariyle kültür-sanat, politika, spor ve magazin konuları gibi farklı konuları ele almaktadır. Bir tür aracı görevi yapan medya, bu içerikleri tarafı ya da tarafsız genellikle günlük olarak okuyucuya ulaştırmaya çalışmaktadır. Hem ulusal hem yerel olarak faaliyet gösteren gazeteler genellikle büyük şehirlerde veya kırsal kesimde yaşanan olaylara

odaklanmaktadır. Ülke sınırları içerisinde yayınlanan gazeteler ulusal gazete olarak adlandırılmaktadır. Ulusal gazeteler, “Dünyanın ve ülkenin her tarafından, her türlü haberlere sayfalarında yer veren ve çok geniş bir okur kitlesine ulaşacak şekilde yayın yapan gazeteler (Bodur, 1997:29)” ifadesiyle de açıklanmaktadır. Yerel gazeteler ise yerel halk tarafından tercih edilen ve içeriğinde daha çok yerel özellikler barındıran gazetelerdir. Kentlerdeki sanatsal ve sosyal aktivitelerin duyuruları ya da gerçekleşme biçimleri de yine yerel gazetelerin haber başlıkları olarak tanımlanmaktadır (Vural, 2001: 120).

Temel görevlerinde biri bilgilendirmek olan gazetelerin okuyucunun dikkatini çekecek nitelikte olması gerekmektedir. Özellikle ilk sayfanın dikkat çekici olması gazetenin satışına etki etmektedir. Bu bağlamda gazetelerin manşet ve sürmanşetlerinin özenli ve dikkatli oluşturulması önem arz etmektedir. Halkın geneline ilgilendiren konular manşet ve sürmanşetten okuyucuya sunulmaktadır. Gazeteleri iletişim aracı olarak değerlendiren Ekici (2019), manşeti okuyucunun dikkatini çeken bir araç olarak kabul etmektedir. Manşetin ve haber başlıklarının dilsel ve görsel olarak bir bütünlük barındırarak kültürel boyuta ortaya çıkarmaktadır (Ekici, 2019:19).

Gazete haberlerinde öne çıkan diğer önemli kavramlarından biri de sürmanşet olarak ifade edilmektedir. Gazetenin adı ve logosunu üzerine büyük puntolarla yerleştirilen haberler sürmanşet olarak tanımlanmaktadır. Gündemin aninden değişmesiyle ortaya çıkan yeni haberler sürmanşetten verilmektedir (Yağbasan & Demir, 2007: 117).

Medya ve Sahiplik Yapısı İlişkisi

Kitle iletişim araçları siyasi partiler için önemini hep korumuştur. Özellikle seçmen hedef kitlesiyle istenilen bağın kurulmasında medya önemli bir güç olarak değerlendirilmektedir. Medya sayesinde rızanın imalatı oluşturulmakta ve istenilen yönde davranış değişiklikleri sağlanmaktadır. Kitleler, medya tarafından sistematik bir biçimde uygun mesajlarla egemen sisteme uymaları telkin edilmektedir (Erdem, 2012). Propaganda faaliyeti olarak değerlendiren bu süreç sermaye ve iktidar ortaklığındaki ideolojik bağla sürdürülmektedir. Çam’a (2008) göre, medyadaki sahiplik yapısının değişimi ve medyanın sermaye gruplarının eline geçmesiyle haber içerikleri değişime uğramış ve bu yapının ideolojik aygıtına dönüşmüştür. Medya, sermaye ve siyaset ilişkisi toplumu denetim altına alma amacıyla hareket etmektedir. Medyayı devletin ideolojik bir aygıtı olarak tanımlayan Althusser (1969), iktidarın varlığını da medyanın gücüne bağlar. Rızanın imalatı tanımıyla süreci açıklayan Chomsky ve Herman ise sermayenin kontrolünde olan medyayı egemen siyasi ideolojinin

çıkaranlarına hizmet eden bir unsur olarak tanımlar (Chomsky & Herman, 2004).

Medya ekonomisi bağlamında da değerlendirilen medyanın sahiplik yapısı kavramı özellikle 1980'lerden sonra sermayenin medyaya olan ilgisi ile şekillenmiştir. Oligopolleşme kavramı olarak ifade edilen bu süreci Arsan (2004), sermaye iktidar ilişkisiyle açıklamaktadır. Medyayı elinde bulunduran büyük sermaye gruplarının birçok farklı sektörde olması siyasi otoriteyle olan ilişkilerini de etkilemektedir. Bu ilişkilerin devamı için propaganda olarak adlandırılan, sistematik bir zihin kodlamaya ihtiyaç duyulmaktadır. Paranın ve siyasi gücün ele geçirilmesi ya da elde tutulması için propaganda medyasında yayınlanacak haberlerin içeriğinin istenilen yönde oluşturulması sınıflar arası çıkar çatışmalarını tetikleyen bir unsur haline de gelmektedir.

Kitle iletişim araçlarının ideolojik süreçlerin tamamlayıcı unsuru olarak kullanılması okuyucuya aktarılması gereken bilginin doğrudan ya da dolaylı olarak kontrolü ve yönlendirilmesi şeklinde gelişmektedir. Medyanın temel görevi toplumu doğru ve tarafsız habercilik anlayışıyla bilgilendirmektir. Yüksel (2001), medyayı, kamuya ne düşünmesi gerektiğini söyleyen bir araç değil ne hakkında düşünmesi gerektiğini söyleyen bir araç olarak tanımlasa da günümüzde medyanın bu doğrultuda bir habercilik anlayışıyla hareket ettiği söylenemez. Herman ve Chomsky'nin ortaya koyduğu propaganda modeli medyanın bu tutumunu açıklar niteliktedir. Propaganda modeline göre, medyanın neleri haberleştirdiği ya da neleri görmezlikten geldiği iktidar ile olan çıkar ilişkileri üzerinden açıklanmaktadır (Herman & Chomsky, 1998:9). Medyanın dördüncü güç olarak gündem belirleme ya da gündem değiştirme özelliği okuyucu ve izleyicide tutum değiştirmeyi de beraberinde getirmektedir.

Amaç, Yöntem, Örneklem ve Sınırlılıklar

Araştırma kapsamında 14 Mayıs 2023 Cumhurbaşkanlığı ve Genel Seçimleri sonuçları yazılı basında veriliş şekli incelenmiştir. Araştırmaya örneklem olarak ulusal yayın yapan Türkçe gazeteler seçilmiş ve bu gazetelerin 15 Mayıs 2023 tarihli sayılarının manşetleri ve haber başlıkları Van Dijk'in söylem analiz üzerinden incelenmesi amaçlanmıştır. Van Dijk'in söylem analizi, özellikle siyasi içerikli haber metinlerindeki ideolojik söylemlerin ortaya çıkartılmasında tercih edilmektedir. İnceoğlu ve Çoban'a göre (2016), Van Dijk haberi ideolojik söyleme dayalı bir ürün olarak görmektedir. Araştırmanın amaçları doğrultusunda nicel araştırma yöntemlerinden içerik analizi tekniğinden de ayrıca faydalanılmıştır. İçerik analizi eldeki verilere dayanarak onları açıklamaya ve aralarındaki anlamlı ilişkileri ortaya çıkarmaya dönük olarak kavramlar ve temalar üzerinden yorumlanması şeklinde ifade edilmektedir.

(Yıldırım & Şimşek, 2018: 242). Diğer bir ifadeyle güdüsel verileri, basılı materyalleri, görüntüleri ya da sesleri sorgulayarak ne anlama geldiklerini, neyi etkiledikleri ya da neyi engellediklerini ve onlar tarafından aktarılan bilgilerin sonuçlarını elde etmeye dönük bir araştırma biçimi olarak tanımlar (Krippendorff, 2004: 18). Bilgin (2006) tarafından kontrollü yorum olarak da tanımlanan içerik analizi metinlerin, ilgili kavramlar kullanılarak yorumlaması süreci olarak da tanımlanabilir.

Seçimlerin ilk turu olan 14 Mayıs Genel seçimleri araştırma kapsamına alınmıştır. Araştırma, Basın İlan Kurumu'nun 15 Mayıs 2023 tarihinde paylaştığı Türkçe yayınlanan 22 ulusal gazete ile sınırlandırılmıştır. Türkiye'nin önde gelen 22 ulusal gazete haber içeriklerinin sahiplik yapısı ve ideolojik yanlılık konusunda geçerli bir sonuç vereceği düşünülmektedir. Bu bağlamda sadece günlük gazeteler inceleme konusu olarak seçilmiştir. Haftalık, spor ve İngilizce yayın yapan gazeteler kapsam dışı bırakılmıştır. Gazetenin manşet ve alt başlıklar dışındaki iç sayfa başlıkları kapsam dışı tutulmuştur. Araştırma kapsamındaki gazeteler alfabetik sıraya göre bulgulanmıştır.

Bulgular ve Tartışma

Araştırmaya ait veriler gazetelerin ilk sayfasındaki manşetlerden ve alt başlıklardan toplanmıştır. Araştırmaya konu olan yayınların manşetleri, haber türleri, manşetin niteliği ve manşet metninin anlamsal açıklığı söylem analiz yöntemiyle ortaya konulmuştur.

Görsel 1. 15 Mayıs 2023 Korkusuz Gazetesi



Kaynak: (URL-1)

Görsel 1’de Korkusuz gazetesinin ilk sayfası görülmektedir. Manşet ‘KIRAN, KIRANA’ yazan kısımdır. Üst başlık ise ‘Oylar sayılmaya başlandı, tüm Türkiye nefeslerini tuttu’ başlığıyla manşeti destekler nitelikte tasarlanmıştır. Alt başlık “AKP 268 VEKİL CHP 167 VEKİL” başlığıyla verilmiştir. Gazetenin ilk sayfası daha çok iki manşetli bir haber gibi tasarlanmıştır. Alt başlıklar “Bir seçime daha AA’nın manipülasyonu damgasını vurdu” ile “MHP ŞAŞIRTTI” haberlerinden oluşmaktadır. Spot başlık ise “Halkın büyük katılımıyla gerçekleşen seçimlerde Meclis’te aritmetik değişti AKP’nin vekil sayısı 295’ten 268’e düştü. CHP’nin 164’ten 167’ye yükseldi...” şeklinde hazırlanmıştır. Gazetenin adı ve logosu sayfanın en üst kısmında kendi ismi ve tanıtım logosuyla birlikte yer almaktadır.

“Kiran, Kırana” açıklamasının yer aldığı manşetle birlikte seçimin ortada olduğu vurgulanmış ve açıkça bir taraf olunmadığı görülmektedir. Alt başlıklarda ise öne çıkan iktidara yakınlığıyla bilinen AA’nın bir seçime daha taraf olduğu düşüncesi iddia edilmiş ve bu seçimde de görüşünü devam ettiği vurgulanmıştır dolayısıyla alt başlıkta öne çıkan haberlerden birine getirilen bu yorum ile gazetenin sol bir tutuma daha yakın olduğu saptanmıştır.

Görsel 2. 15 Mayıs 2023, Akşam Gazetesi



Kaynak: (URL-2)

Görsel 2’de gazetenin ilk sayfasında sürmanşet denilen manşet türü kullanılmış ve haber gazetesinin kendi adı ve logosunun üstünde verilmiştir. “KAZANAN ERDOĞAN” yazılı kısım sürmanşet olarak tasarlanmıştır. Manşet ise “KAZANAN CUMHUR” şeklinde hazırlanmıştır. Alt başlıkta “İddiaları çöktü kaybettiler” ifadesi ile haber sunulmuştur. Spot başlık “Millet, eski Türkiye’ye dönüş vaatlerini boşa çıkardı. AK Parti oyların yüzde 35.58’ni, MHP yüzde 10.23’ünü aldı, Cumhuriyet İttifakı’nın vekil sayısı 324’e ulaştı.” ifadeleriyle açıklanmıştır. Gazetenin adı ve logosunun görüntüsü sürmanşet haberin altında, manşet haberin üstünde konumlandırılmıştır.

Sürmanşet ile basıma giren gazetenin “Kazanan Erdoğan” başlığı ile iktidara olan yakınlığı ortaya çıkmaktadır. Manşetin de yine aynı şekilde “Kazanan Cumhuriyet” haberinden oluşması bu yakınlığı destekler niteliktedir. “İddiaları çöktü kaybettiler” alt başlığıyla muhalefetin seçim kazanma iddiasına vurgu yapılmıştır. Tüm başlıklarında öne çıkan söylemlerin iktidar yanlısı bir yayın politikası ile seçimi haberleştirdiğini gösterdiğini ortaya koymaktadır.

Görsel 3. 15 Mayıs 2023 Analiz Gazetesi



Kaynak: (URL-3)

Görsel 3’de gazetenin ilk sayfasında yine sürmanşet olarak adlandırılan manşet türü kullanılmış ve gazetenin adı ile logosunun üstünde haber sunulmuştur. Sürmanşet haberi “Vatandaş sandığa koştu” şeklinde hazırlanmıştır. “Bilişim Diplomasisi 100 Milyar \$ Kazandırır” başlığıyla ile de manşet haberi görülmektedir. Alt başlık “İş dünyasının geleceği çeşitlilik ve kapsayıcılıkta” başlığı ile haber aktarılmıştır. Spot başlık ise “ABD 100 Milyar İngiltere 75 Milyar Dolar Gelir Elde Etti” şeklinde kullanılmıştır.

Sürmanşet haberinin “Vatandaş sandığa koştu” şeklinde hazırlanması gazetenin ortada bir duruş sergilediğini göstermektedir. “Bilişim Diplomasisi 100 Milyar \$ Kazandırır” başlığıyla diplomasinin önemine vurgu yapılmış ve tarafsız bir yaklaşım sergilemiştir.

Görsel 4. 15 Mayıs 2023, Aydınlik Gazetesi



Kaynak: (URL-4)

Görsel 4'te gazetenin ilk sayfası incelendiğinde manşetin “Değişen Tek Şey: Zorluklar Artıyor” şeklinde verildiği görülmektedir. Üst başlığın “Sandıktan çözüm çıkmadı” şeklinde hazırlandığı ve gazetenin adı ile logosunun yanında verildiği görülmektedir. Alt başlık “İşte 15 Mayıs’ın Gerçek Gündemi” başlığıyla verilirken spot başlık ise “PKK VE FETÖ İLE KOL KOLA GİRENLER KAYBETTİ. ABD KORKUSU ERDOĞAN’A ÇARE OLMADI. DERİNLEŞEN KRİZ VE KİŞKİRTİME ORTAMINDA TÜRKİYE ÇÖZÜM ARIYOR” başlığıyla hazırlanmıştır.

Gazete manşetinin “Değişen Tek Şey: Zorluklar Artıyor” başlığıyla seçimlerde siyasi bir değişimin yaşanmadığını ve zorlukların artacağı vurgulanmaktadır. Alt başlıklarda ise dış politika ile ilgili sorunlara dikkat çekilmekte ve özellikle Amerikan kuşatmasına dikkat çekilmiştir. Gazetenin anti-Amerikancı bir bakış açısına sahip olduğu öne çıkmakta ve Millet İttifakı’nın Amerika ile iş birliği içerisinde olduğu düşüncesini “PKK VE FETÖ İLE KOL KOLA GİRENLER KAYBETTİ” başlığıyla vererek seçimlerdeki tutumunu da ortaya koymaktadır.

Görsel 5. 15 Mayıs 2023, Cumhuriyet Gazetesi



Kaynak: (URL-5)

Görsel 5'te gazetenin ilk sayfası incelendiğinde manşetin “ERDOĞAN KAYBETTİ” şeklinde hazırlandığı ve tüm sayfanın manşetin devamı olacak şekilde tasarlandığı görülmektedir. Üst başlığın “Tarihi Seçimin Birinci Turunda Kazanan Yok” ifadeleriyle hazırlandığı görülürken tüm sayfanın siyah arka plan üzerine hazırlanmış olması dikkat çekmektedir. Gazetenin adı ve logosu sayfanın en üst kısmına konumlandırılmıştır. Alt başlık “Türkiye bu filmi gördü!” başlığıyla verilmektedir. Spot başlık ise üç farklı başlık ile “Türkiye dün cumhurbaşkanı ve milletvekili seçimi için sandık başına gitti. Tam bir demokrasi şöleni yaşandı. Seçime katılım oranı rekor kırdı”, “Anadolu Ajansı her seçimde olduğu gibi yine manipülasyon yaptı. Erdoğan’ın oyunu yüksek gösterdi. Kemal Kılıçdaroğlu, “Öndeyiz, gece uzun olacak mesajını verdi.” ve “AKP, oy kaybını gizlemek için “itiraz taktiğini” uyguladı. Kılıçdaroğlu’nun yüksek oy aldığı sandıklara itiraz edildi. Erdoğan balkonda “Kazandım” diyemedi.” şeklinde hazırlanmıştır.

“ERDOĞAN KAYBETTİ” manşetiyle Cumhurbaşkanı Erdoğan, partilerden bağımsız olarak tekleşmiş bir lider olarak sunulmaktadır. Spot başlıkların öne çıkartıldığı gazetede özellikle devletin ajansının tarafsız bir duruş sergilemediğini “Anadolu Ajansı her seçimde olduğu gibi yine manipülasyon yaptı. Erdoğan’ın oyunu yüksek gösterdi. Kemal Kılıçdaroğlu, “Öndeyiz, gece

uzun olacak mesajını verdi.” Başlıklarıyla haberleştirmiştir. Gazetenin haber içerikleri ve seçim haberleri muhalif bir çizgiyi işaret etmektedir.

Görsel 6. 15 Mayıs 2023, Diriliş Postası Gazetesi



Kaynak: (URL-6)

Görsel 6’da gazetenin ilk sayfası incelenmiş ve manşetin “Kazanan Türkiye” şeklinde hazırlandığı görülmüştür. Üst başlığın “TÜRKİYE CUMHURİYETİ 13. CUMHURBAŞKANI SEÇİMİ” şeklinde hazırlandığı ve gazetenin adı ile logosunun üst kısmında verildiği görülmektedir. Alt başlık “Anadolu ‘farkı’” başlığıyla verilirken spot başlık ise “Yaklaşık 55 milyon seçmenin sandığa koştuğu seçim, soluk soluğa sonuçlandı. Cumhurbaşkanlığı’nın adayı Cumhurbaşkanı Erdoğan yüzde 49.42 oy alırken, Millet İttifakı’nın adayı Kılıçdaroğlu yüzde 45’te kaldı. Resmi olmayan rakamlara göre kazananın çıkmadığı seçimde sonucu, YSK’nın açıklayacağı kesin veriler belirleyecek. Sonuçları değerlendiren Cumhurbaşkanı Erdoğan, “Kazanan milletimiz olmuştur.” dedi.” başlığıyla hazırlanmıştır.

“Kazanan Türkiye” başlığı ve Cumhurbaşkanı Erdoğan’ın fotoğrafıyla sunan gazetenin AK Parti ile Türkiye’yi özdeşleştirerek desteklediği görülmektedir. Gazetenin alt başlıkta “Anadolu ‘farkı’” ifadesini kullanması hem Anadolu halkının oylarıyla Erdoğan’ın seçimi önde tamamladığını hem de Anadolu halkının diğer bölgelerden “fark’lı” olduğu vurgulanmıştır. Dolayısıyla gazetenin iktidarı destekleyen bir yayın politikasının olduğu ortaya çıkmaktadır.

Görsel 7. 15 Mayıs 2023, Doğruhaber Gazetesi**Kaynak:** (URL-7)

Görsel 7’de gazetenin ilk sayfası incelendiğinde manşetin “ERDOĞAN AÇIK ARA ÖNDE” şeklinde hazırlandığı görülmektedir. Üst başlığın “HÜR ADAYLAR MECLİS’TE” şeklinde hazırlandığı ve gazetenin adı ile logosunun üst kısmında verildiği görülmektedir. Alt başlık ise normal kullanımının dışında “TÜKİYE SEÇİMİNİ YAPTI”, “CUMHURBAŞKANI ERDOĞAN: AÇIK ARA ÖNDE BULUNUYORUZ” ve “YENİLGİYE GEREKÇE HAZIRLIYORLAR” şeklinde 3 farklı başlık ile verilmiştir. Spot başlık ise “Türkiye 14 Mayıs 2023 Pazar, Cumhurbaşkanlığı ve 28’inci Dönem Milletvekili Genel Seçimleri için sandık başına gitti. Vatandaşların oylarını kullanmasının ardından kapanan sandıklar sandık yönetim kurulu gözetiminde açıldı ve oylar sayıldı. 14 Mayıs 2023 seçimleri katılım oranı yüzde 88 olarak açıklandı. Cumhurbaşkanlığı seçimlerinde katılım oranı yüzde 88,52, milletvekili seçimlerinde ise yüzde 87,40 olarak açıklandı. Baskıya girdiğimiz son verilere göre oyların %96,15’i açıklandı. Cumhur İttifakı seçimi büyük bir farkla kazanırken Cumhur Başkanı Recep Tayyip Erdoğan’ın da seçimi açık ara önde götürdüğü görüldü.” başlığıyla hazırlanmıştır.

Gazetenin aynı gün basımı gerçekleşmiş diğer gazetelerden farklı olarak Hüda Par’ın meclise girmesi “HÜR ADAYLAR MECLİS’TE” sürmanşetiyle öncelikli olarak vurgulanmıştır. Manşetin ise “ERDOĞAN AÇIK ARA ÖNDE” ifadesiyle oluşturulmuş olması Erdoğan’ın seçimi kazanması, “TÜKİYE SEÇİMİNİ YAPTI” alt başlığıyla desteklenmiştir. Gazetenin sürmanşetteki

haberinden yola çıkarak Hüda Par yanlısı bir duruş sergilediği ve dolayısıyla Cumhuriyet'in lehine haberler yaptığı görülmektedir.

Görsel 8. 15 Mayıs 2023, Halkın Gazetesi BirGün Gazetesi



Kaynak: (URL-8)

Görsel 5'te gazetenin ilk sayfası incelendiğinde üst başlığın “CUMHURBAŞKANLIĞI SEÇİMLERİ İKİNCİ TURA KALDI, SON SÖZ 28 MAYIS'TA” şeklinde verildiği görülmektedir. Manşetin “Salladık, yıkacağız” şeklinde hazırlandığı görülmektedir. Gazetenin adı ve logosu ise en üste konumlandırılmaktadır. Alt başlık “Biz bu filmi daha önce de izledik” başlığıyla verilirken spot başlık ise “Devlet olanaklarını arkasına alarak her türlü manipülasyonu yapan Tayyip Erdoğan bu sefer atı alıp Üsküdar’ı geçemedi” ve “Cumhurbaşkanlığı yarışı ikinci tura kaldı. Türkiye, iki hafta sonra bir kez daha sandık başına gidecek” iki farklı başlık şeklinde tasarlanmıştır.

“Salladık, yıkacağız” manşetiyle seçimi haberleştiren gazete var olan hükümetin seçimlerde yenilmek üzere olduğunu ve yıkacağız cümlesiyle 2.turda AK Parti iktidarının seçimi kaybedeceği vurgulanmıştır. “Devlet olanaklarını arkasına alarak her türlü manipülasyonu yapan Tayyip Erdoğan bu sefer atı alıp Üsküdar’ı geçemedi” spot başlığı ile iktidara karşı bir tutum sergilediğini dolayısıyla sol bir görüşe sahip olduğunu ortaya koymaktadır.

Görsel 9. 15 Mayıs 2023, Dünya Gazetesi



Kaynak: (URL-9)

Görsel 9’da gazetenin ilk sayfası incelendiğinde manşetin “İkinci Yüzyıl’ın seçimi 2.Tura kalıyor” şeklinde tasarlandığı görülmektedir. Üst başlık “Seçime Katılım Oranı Ülke Genelinde %88,3 Oldu” şeklinde hazırlanmıştır. Gazetenin adı ve logosu ise sayfanın en üst kısmında verildiği görülmektedir. Alt başlığın “4.9 milyon ilk kez sandığa gitti” şeklinde tasarlandığı görülmektedir. Spot başlık ise “İttifaklar itiraz etti, Türkiye’de dün uzun zamandan sonra bir seçim daha kıran kırana mücadele ile geçti. “Sandıkların başından ayrılmayın!” çağrılarının yapıldığı süreçte seçimin sürpriz ismi Ata İttifakı’nın Cumhurbaşkanı adayı Sinan Oğan oldu.” başlığıyla hazırlanmıştır.

Ekonomi gazetesi olarak yayın yapan gazetenin seçimi “İkinci Yüzyıl’ın seçimi 2.Tura kalıyor” manşetiyle haberleştirmesi diğer haber başlıklarının içeriklerinde de sadece seçime dair somut bilgilerin tarafsız olarak sunulması gazetenin objektif bir yayın politikası izlediğini göstermektedir.

Görsel 10. 15 Mayıs 2023, Hürriyet Gazetesi



Kaynak: (URL-10)

Görsel 10'da gazetenin ilk sayfası incelendiğinde manşetin “MECLİS CUMHUR’UN” şeklinde tasarlandığı görülmektedir. Sürmanşet ile “BİR GÜNDE BİTMEDİ” şeklinde gazetenin adı ve logosunun üst kısmına konumlandırılarak sürmanşet niteliğiyle hazırlanmıştır. Alt başlık “İŞTE TBMM’NİN YENİ YÜZLERİ” şeklinde tasarlanmıştır. Spot başlık ise “DEMOKRASİ ŞÖLENİ YAŞADIK” başlığıyla haber aktarılmıştır.

“MECLİS CUMHUR’UN” şeklinde oluşturulan manşet ile Cumhuriyet İttifakının kazanmasına vurgu yapıldığı görülmektedir. Spot başlıkta “DEMOKRASİ ŞÖLENİ YAŞADIK” başlığıyla seçime olan katılıma ve seçimlerin olaysız geçmesine vurgu yapılmaktadır. Gazetenin başlıklarında kullanılan ifadelerden yola çıkarak gazetenin seçimleri tarafsız bir şekilde haberleştirmeye çalıştığı dikkat çekmektedir.

Görsel 11. 15 Mayıs 2023, Karar Gazetesi



Kaynak: (URL-11)

Görsel 11’da gazetenin ilk sayfası incelendiğinde manşetin “SEÇMEN BİR KERE DAHA DÜŞÜNECEK” şeklinde tasarlandığı görülmektedir. Üst başlık ise “Haritada renkler değişmedi” şeklinde gazetenin adı ve logosunun üst kısmına konumlandırılarak sürmanşet niteliğiyle hazırlanmıştır. Alt başlık “Millet İradesi Bloke Edildi” şeklinde tasarlanmıştır. Spot başlık ise “En kritik sandıkta bıçak sırtı sonuç... Erdoğan ve Kılıçdaroğlu arasındaki yarışta kazanan çıkmadı. Resmen kesinleşmemiş sonuçlara göre cumhurbaşkanlığı seçimi ikinci tura kaldı. Seçime 2019’da olduğu gibi AA’nın ‘veri akışı’ damga vurdu. Erdoğan’ın oyları ilk saatlerde yüzde 59 olarak açıklandı, giderek yüzde 50’nin altına kadar geriledi. Milletvekili seçiminde ise Cumhuriyet İttifakı üstünlük sağlarken, AK Parti oyları yüzde 36’ya kadar düştü.” başlığıyla aktarılmıştır.

Gazetenin manşeti seçimin 2. tura kaldığını ifade etmek için “SEÇMEN BİR KERE DAHA DÜŞÜNECEK” ifadesiyle haberleştirilmiştir. Alt başlıkta öne çıkan “Millet İradesi Bloke Edildi” başlığıyla AA’nın 2019 seçiminde olduğu gibi bu seçimde de veri akışını Cumhuriyet ittifakı lehine kullandığı ve dolayısıyla Millet İttifakı oylarının geç yansıtıldığı Millet iradesinin bloke edilmesi olarak vurgulanmıştır. Dolayısıyla gazetenin muhalif bir bakış açısıyla seçimi haberleştirdiği görülmektedir.

Görsel 12. 15 Mayıs 2023, Milat Gazetesi



Kaynak: (URL-12)

Görsel 12’de gazetenin ilk sayfası incelendiğinde manşetin “SENİNLEYİZ REİS” şeklinde tasarlandığı görülmektedir. Üst başlık ise “Emperyalistlere, Küreselcilere, Bölücülere İnat” şeklinde tasarlanmıştır. Gazetenin adı ve logosu sayfanın en üst kısmına konumlandırılmıştır. Alt başlık “MİLLETİMİZİN TERCİHİ AÇIK ARA BİZDEN YANA” şeklinde tasarlanmıştır. Spot başlık ise “Emperyalistlerin uşağı PKK ve FETÖ’cülerin desteğine rağmen millet 27 milyona yakın oyla Erdoğan’la yola devam etmek istediğini gösterdi. Kılıçdaroğlu ise 5 puan farkla Erdoğan’ın gerisinde kaldı” başlığıyla aktarılmıştır.

Gazetenin manşeti “SENİNLEYİZ REİS” ifadesiyle oluşturulmuştur. Erdoğan’la özdeşleştirilen “Reis” söyleminin kullanımı gazetenin Cumhurbaşkanı Erdoğan’a olan yakınlığını nitelemektedir. Alt başlıkla öne çıkartılan Erdoğan’ın “MİLLETİMİZİN TERCİHİ AÇIK ARA BİZDEN YANA” ifadesi başlık olarak kullanılmıştır dolayısıyla gazetenin ideolojik yapısıyla örtüşen bir durum söz konusudur.

Görsel 13. 15 Mayıs 2023, Millî Gazete



Kaynak: (URL-13)

Görsel 13'te gazetenin ilk sayfası incelendiğinde manşetin “YİNE SANDIĞA GİDİYORUZ” şeklinde tasarlandığı görülmektedir. Sürmanşet olarak kullanılan üst başlık ise “SAADET PARTİSİ MECLİS'TE” şeklinde tasarlanarak gazetenin adı ve logosu sayfanın en üst kısmına konumlandırılmış ve sürmanşet niteliği taşımıştır. Alt başlık “Trabzon’da 101 Yaşındaki Kadın Oy Kullandı” şeklinde tasarlanmıştır. Spot başlık ise “Türkiye, dün Cumhurbaşkanı Seçimi ve 28. Dönem Milletvekili Genel Seçimi için sandığa gitti. Recep Tayyip Erdoğan, Kemal Kılıçdaroğlu, Sinan Oğan ve Muharrem İnce’nin yarıştığı cumhurbaşkanlığı seçimleri birinci turda sonuçlandı. 28 Mayıs 2023 tarihinde yapılacak ikinci turda Cumhuriyet Halk Partisi’nin adayı Recep Tayyip Erdoğan ile Millet İttifakı’nın adayı Kemal Kılıçdaroğlu yarışacak. Dün gece saat 24.00 itibarıyla iki farklı kaynaktan gelen oy sonuçlarına göre birinci turda kazanan olmadı.” başlığıyla aktarılmıştır.

Gazete, sürmanşet olarak kullandığı “SAADET PARTİSİ MECLİS'TE” ifadesiyle Saadet Partisi’ne olan yakınlığını ön plana çıkartmaktadır. Manşetin “YİNE SANDIĞA GİDİYORUZ” şeklinde oluşturulması ise daha tarafsız bir yaklaşım ortaya koyulduğuna dikkat çekmektedir.

Görsel 14. 15 Mayıs 2023, Milliyet Gazetesi



Kaynak: (URL-14)

Görsel 14'te gazetenin ilk sayfasında ise manşetin “NEFES NEFESE” şeklinde tasarlandığı görülmektedir. Üst başlık ise sayfanın en üst kısmına “TÜRKİYE’NİN TARİHİ SEÇİMİ” şeklinde gazetenin adı ve logosunun yanına konumlandırılmıştır. Alt başlık “TBMM’de 9 Partili tabloya doğru” başlığıyla aktarılmıştır. Spot başlık ise “Cumhurbaşkanlığı seçiminde 04.00 itibarıyla adaylar yüzde 50+ oya ulaşamadı. Cumhurbaşkanı Erdoğan, rakibi Kılıçdaroğlu ile arasında açık ara fark olduğunu söyledi. Ancak her iki aday da 28 Mayıs’taki ikinci turu işaret etti” şeklinde görülmektedir.

Gazetenin manşet olarak “NEFES NEFESE” ifadesini kullanması tarafsız bir bakış açısıyla haberin ele alındığını göstermektedir. Üst başlıkla öne çıkartılan “TÜRKİYE’NİN TARİHİ SEÇİMİ” ifadesi ise yine aynı şekilde somut bir bilginin yer aldığı söylem olarak ortaya konulmaktadır dolayısıyla gazetenin tarafsız ve objektif bir bakış açısına sahip olduğunu göstermektedir.

Görsel 15. 15 Mayıs 2023, Posta Gazetesi



Kaynak: (URL-15)

Görsel 15'te gazetenin ilk sayfasında manşetin “2'NCİ TUR İÇİN KRİTİK GÜN” şeklinde tasarlandığı görülmektedir. Üst başlık gazetenin adı ve logosunun altında olacak şekilde tasarlanmıştır “TÜRKİYE’NİN HEYECANLA İZLEDİĞİ CUMHURBAŞKANLIĞI SEÇİMİNİN SAYIMI SABAH KADAR DEVAM ETTİ”. Alt başlık ise “SEÇİMİN KİLİDİ KÖNÜMÜNDAYIZ” başlığıyla aktarılmıştır. Spot başlığın ise “Cumhurbaşkanlığı seçiminin gayri resmî kesin sonuçları, yurtdışı oyların sisteme girilmesi uzun sürdüğü için gece boyunca açıklanamadı. Erdoğan “Bize göre açık ara kazandık ama milletimiz 2'nci tura kalmasını tercih etmişse onun da başımızın üzerinde yeri var” dedi. YSK’nın bugün sonuçları açıklaması bekleniyor.” şeklinde hazırlandığı görülmektedir.

Gazetenin manşet olarak kullandığı “2'NCİ TUR İÇİN KRİTİK GÜN” başlığıyla gazetenin yorumsuz kalarak somut bilgilere yer verdiği görülmektedir. Gazetenin üst başlığının “TÜRKİYE’NİN HEYECANLA İZLEDİĞİ CUMHURBAŞKANLIĞI SEÇİMİNİN SAYIMI SABAH KADAR DEVAM ETTİ” ifadelerinden oluşturulması yine aynı şekilde gazetenin herhangi bir tarafa yakınlığı olmayacak bir şekilde haber sunduğunu göstermektedir.

Görsel 16. 15 Mayıs 2023, Sözcü Gazetesi



Kaynak: (URL-16)

Görsel 16'deki Sözcü gazetesinin ilk sayfasında manşetin “YİNE AYNI FİLM” şeklinde tasarlandığı görülmektedir. Üst başlık gazetenin adı ve logosunun altında olacak şekilde tasarlanmıştır “Sonuçları geç vererek manipülasyon yaptılar”. Alt başlık “SEÇİMİN SÜRPRİZİNİ MHP YAPTI, VEKİL SAYISI ARTTI” başlığıyla aktarılmıştır. Spot başlığın ise “Türkiye’nin kader seçimine AKP’lilerin, CHP’nin güçlü olduğu sandıklarda sayımı durdurmak için sürekli olarak itiraz etmesi, yurt dışı oyların sayımında manipülasyon iddiaları ve devletin Anadolu Ajansı’nın verileri geç girmesi damga vurdu... Saat 02.30 itibarıyla seçim bitmemişti” şeklinde hazırlandığı görülmektedir.

Gazetenin manşet olarak “YİNE AYNI FİLM” başlığını tercih etmesi gazetenin taraflı olduğu bir söyleme dönüşmektedir. Manşet üzerinde kullanılan üst başlığın tasarlanmıştır “Sonuçları geç vererek manipülasyon yaptılar” başlığıyla sunulması yine aynı şekilde gazetenin seçim sonuçlarının verilmesine duymadığı güveni ortaya koymaktadır dolayısıyla gazetenin sol bir görüşe sahip olduğu ortaya çıkmaktadır.

Görsel 17. 15 Mayıs 2023, Türkğün Gazetesi



Kaynak: (URL-17)

Görsel 17’da gazetenin ilk sayfasında manşetin “CUMHUR İTTİFAKI SEÇİMİ BİRİNCİ BİTİRDİ” şeklinde tasarlandığı görülmektedir. Üst başlık gazetenin adı ve logosunun üstünde olacak şekilde tasarlanmış “CUMHURBAŞKANLIĞI SEÇİMİ TÜRKİYE GENELİ SONUÇLARI” ve bu haliyle sürmanşet niteliği taşımıştır. Alt başlık “DEPREM BÖLGESİNDE HÜZÜNLÜ SEÇİM”, “YSK: SEÇİMLER SORUNSUZ BİTTİ” ve “DEMOKRASİ ŞENLİĞİ” şeklinde 3 farklı başlıkla aktarılmıştır. Spot başlığın ise “Türkiye Cumhuriyeti, Kuruluşunun 100. Yılında Cumhurbaşkanlığı ve 28. Dönem Milletvekili Seçimleri İçin Dün Sandık Başına Gitti. Cumhurbaşkanlığı Seçiminde, Cumhur İttifakı’nın Adayı Tayyip Erdoğan, Millet İttifakı’nın Adayı Kemal Kılıçdaroğlu ve Ata İttifakı’nın Adayı Sinan Oğan Yarıştı. Adayların Hiçbiri Seçilmek İçin İlk Turda Gerekli Olan Yüzde 50 Artı Biri Geçemedi. En Çok Oyu Erdoğan Alırken, İkinci Sırada Kılıçdaroğlu, Üçüncü Sırada İse Oğan Yer Aldı.” şeklinde hazırlandığı görülmektedir.

Manşetin “CUMHUR İTTİFAKI SEÇİMİ BİRİNCİ TURDA BİTİRDİ” şeklinde tasarlanması gazetenin öne çıkartmak istediği seçimi Cumhur İttifakı’nın kazanmış olmasıdır. Devam eden alt başlıklar incelendiğinde “Zillete Hayat Kırıklığı” alt başlığı ideolojik yanlılığı ortaya koymaktadır. Gazete “MHP Yüzde 10’u Geçti” alt başlığıyla MHP’yi seçimin en büyük galibi olarak görmesi, gazetenin milliyetçi bir çizgide olduğu ve iktidara

yakınlığını ortaya koymaktadır. Haber Cumhurbaşkanı Erdoğan ve MHP Genel Başkanı Devlet Bahçeli'nin fotoğrafıyla verilmiştir.

Görsel 18. 15 Mayıs 2023, Türkiye Gazetesi



Kaynak: (URL-18)

Görsel 18'de gazetenin ilk sayfasında manşet “NEFES NEFESE BÜYÜK YARIŞ” başlığıyla aktarılmaktadır. Üst başlık gazetenin adı ve logosunun altında, manşetin üstünde olacak şekilde tasarlanmış “GAZETEMİZİN BASKIYA HAZIRLANDIĞI 03.00 İTİBARIYLA OY ORANLARI” şeklinde hazırlanmıştır. Alt başlık “MECLİS CUMHUR’UN” şeklindeki başlıkla aktarılmıştır. Spot başlığın ise “Cumhur İttifakı, Meclis’te çoğunluğu sağladı. Ancak Türkiye’deki oylar Erdoğan’ın ilk turda seçilmesine yetmedi. Gözler sayımı süren yurt dışı oylarında.” şeklinde hazırlandığı görülmektedir.

Gazetenin “NEFES NEFESE BÜYÜK YARIŞ” şeklinde manşetiyle vurgulanmak istenen seçimin başa baş gittiğidir fakat devamındaki alt başlıklar incelendiğinde ise özellikle “MECLİS CUMHUR’UN” ifadesinde Cumhur vurgusu yapılarak yakın olduğu ideolojiyi ortaya koymaktadır.

Görsel 19. 15 Mayıs 2023, Yeni Akit Gazetesi



Kaynak: (URL-19)

Görsel 19’de gazetenin manşeti “MECLİS’TE EZDİ SIRA BAŞKANLIK’TA” şeklindedir. Üst başlık gazetenin adı ve logosunun altında, manşetin üstünde olacak şekilde tasarlanmıştır “CUMHUR MECLİS’TE ÇOĞUNLUĞU YAKALADI. BAŞKANLIK YARIŞI 2. TURA KALDI”. Alt başlık “TÜRKİYE’DEN SEÇİM MANZARALARI” şeklindeki başlıkla aktarılmıştır. Spot başlığın ise “Kandil, FETÖ, emperyalist batı, İP, Saadet, Deva, Gelecek, HDP ve marjinal sol partileri arkasına alan CHP lideri Kılıçdaroğlu bir defa daha hüsrana uğradı. Cumhur İttifakının adayı Başkan Erdoğan, oyların yüzde 49.5’ini alarak ilk turu açık ara önde bitirirken, toplam oyların yüzde 50’sini alan Cumhur İttifakı 324 milletvekili çıkararak, parlamentoda çoğunluğu ele geçirdi. Yurtdışı oylar oranı değiştirmese, Cumhurbaşkanlığı seçimi 28 Mayıs’ta yapılacak 2. Tura çevrildi.” şeklinde hazırlandığı görülmektedir.

Gazetenin manşet olarak “MECLİS’TE EZDİ SIRA BAŞKANLIK’TA” ifadelerini tercih etmesi ve özellikle vurgulamak istediği noktaları “ezdi” kelimesiyle vurgulaması iktidara olan yakınlığını açık bir şekilde ifade etmesiyle doğru orantılıdır. Manşet üzerine konumlandırılan üst başlık “CUMHUR MECLİS’TE ÇOĞUNLUĞU YAKALADI. BAŞKANLIK YARIŞI 2. TURA KALDI” ifadesiyle aktarılmak istenenin Cumhur İttifakı’nın önde

olduğudur dolayısıyla gazete söylemlerinde kazananın vurgulanmak istenmesi gazetenin iktidara olan ideolojik yakınlığını ortaya koymaktadır.

Görsel 20. 15 Mayıs 2023, YeniBirlik Gazetesi



Kaynak: (URL-20)

Görsel 20’de gazetenin ilk sayfasında manşet “SONUÇ 2. TURDA” başlığıyla aktarılmaktadır. Üst başlık gazetenin adı ve logosunun altında “MECLİS TABLOSU” şeklinde tasarlanmıştır. Alt başlık “BAYRAM HAVASINDA” şeklindeki başlıkla aktarılmıştır. Spot başlığın ise “Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan, “Tüm dava ve yol arkadaşlarımdan, sonuçlar resmi olarak neticelenene kadar, her ne olursa oldun sandıkların başından ayrılmamalarını rica ediyorum.” Dedi. Diğer partilerden de benzer yönde çağrılar geldi. Millet İttifakı Cumhurbaşkanı adayı Kemal Kılıçdaroğlu da sosyal medyadan yaptığı açıklamada “Bu gece uyumayacağız Halkım.” İfadesine yer verdi.” şeklinde hazırlandığı görülmektedir.

Gazetenin manşet olarak “SONUÇ 2. TURDA” başlığına yer vermesi tarafsız bir söyleme sahip olduğunu göstermektedir. Gazetenin alt başlık olarak kullandığı “BAYRAM HAVASINDA” şeklindeki söylem ise seçimlerin sorunsuz geçtiğine işaret etmektedir. Birinci sayfadaki başlıklar ve haber

içeriklerine bakıldığında gazetenin tarafsız bir şekilde seçimleri haberleştirdiği görülmektedir.

Görsel 21. 15 Mayıs 2023, Yeni Mesaj Gazetesi



Kaynak: (URL-21)

Görsel 21’de gazetenin ilk sayfasında manşet “SAVAŞ UÇAĞI İSTEDİ” başlığıyla aktarılmaktadır. Üst başlık gazetenin adı ve logosunun üstünde “Bingöl’e şiddetli deprem uyarısı” şeklinde tasarlanmıştır. Alt başlık “Hatay Çernobil olabilir!” ve “BTP lideri Hüseyin Baş oyunu İstanbul’da kullandı” şeklindeki başlıkla aktarılmıştır. Spot başlığın ise “ABD’de internete sızan belgelerde Rusya’yı topraklarında vurma ve Macar ekonomisini çökertme planları yaptığı ortaya çıkan Ukrayna lideri Zelenskiy, Dün Almanya’ya yaptığı resmi ziyarette Almanya Başbakanı Scholz’dan modern savaş uçağı istedi” şeklinde hazırlandığı görülmektedir.

Gazetenin manşetinde, sürmanşetinde, alt başlıklarında ve üst başlıklarında seçime ve seçim sonuçlarına dair detaylı bir haber olmadığı görülmektedir. Seçimle ilgili tek haber “BTP lideri Hüseyin Baş oyunu İstanbul’da kullandı” şeklindedir. Bu alt başlıkla gazetenin BTP ile olan ideolojik yakınlığı ile ilgili olduğu görülmektedir.

Görsel 22. 15 Mayıs 2023, Yeni Şafak Gazetesi



Kaynak: (URL-22)

Görsel 22’de verilen Yeni Şafak gazetesinin ilk sayfasında manşet “CUMHUR KAZANDI” başlığıyla aktarılmaktadır. Sürmanşet olarak tasarlanan üst başlık gazetenin adı ve logosunun üstünde “Erdoğan açık ara önde” şeklinde sürmanşet niteliğiyle tasarlanmıştır. Alt başlık “Bayram havasında geçti” ve “HEZİMET YAŞADILAR PROVOKASYON YAPTILAR” şeklindeki başlıklarla aktarılmıştır. Spot başlığın ise “Cumhur ittifakı, 14 Mayıs milletvekili seçimlerinde %49.39 ile tarihi bir başarı kazandı. İttifak, 600 sandalyeli Meclis’e 323 milletvekili gönderecek. AK Parti %35.45 ile 267 sandalye kazanırken MHP %10.11 ile 51 milletvekili çıkardı.” şeklinde hazırlandığı görülmektedir.

Gazetenin manşet olarak “CUMHUR KAZANDI” başlığını tercih ettiği ve ‘Cumhur’ ifadesi ile asıl vurgulanmak istenenin “Cumhur İttifakı” olduğu görülmektedir. Sürmanşet olarak tercih edilen “Erdoğan açık ara önde” başlıkla Cumhurbaşkanı Erdoğan’ın öncelikli olarak haberleştirildiği görülmektedir. Öne çıkan alt başlıklardan “HEZİMET YAŞADILAR PROVOKASYON YAPTILAR” başlığıyla Millet İttifakı’nın Cumhurbaşkanı Yardımcısı adaylarının seçim gecesi sonuçlarına ile ilgili açıklamalarının olduğu bir görüntü ile haber aktarılmıştır. Gazetenin Cumhur İttifakı’na dair haberlerin öncelikli ve olumlu bir şekilde haberleştirdiği görülürken Millet İttifakı’na ait haberlerden öne çıkarılan haberlerin olumsuz söylemlerle aktarıldığı

görülmektedir dolayısıyla gazetenin Cumhuriyet İttifakı'nın ideolojisine yakın bir ideolojiye sahip olduğu sonucuna varılabilir.

Sonuç ve Değerlendirme

Medyanın toplumu etkileme ve yönlendirme şekli toplumun karar verme şeklini de olumlu ya da olumsuz etkilemektedir. Özellikle geleneksel medya türlerinden gazetelerin birinci sayfalarında yer alan manşet ve haber başlık ve içerikleri gazetelerin ideolojik yapıları hakkında da önemli detayları içermektedir. Toplumun haber alma unsuru olan medyanın, işletmelerin ve büyük sermayelerin eline geçmesiyle birlikte bu kuruluşlar kâr amacı güden şirketlere dönüşmüştür. Medya sahipliğinin değişimiyle birlikte, medya patronlarının ekonomik kaygısı ön plana çıkmıştır. Medya sahiplerinin önceliği bağımsız bir medyadan ziyade, kamu ihaleleri karşılığında siyasi ilişkilerini korumak olmuştur. Medya ve siyasi ilişkilerin ortaya koyduğu önemli sonuçlardan biri basının haber verme biçiminin iktidara sorun yaratmayacak şekilde verilmesidir. Büyük sermaye gruplarının ellerindeki medyayı kullanarak iktidarın konumunu güçlendirmeye başlaması medya içeriklerini olumsuz etkileyerek Türkiye'de gazeteciliğin itibarına zarar verdiği görülmektedir. Pazarlama ve ticaret kaygısı, basın alanında dördüncü güç olma hırsı, siyasette söz sahibi olma isteği, medyanın propaganda özelliğini kullanarak toplumu denetim altına alma, kamu ihaleleri ve kredi alma ayrıcalıklarına sahip olma, reklam ve tanıtım kampanyalarını kendi sahipliğindeki medya organlarıyla icra etme gibi nedenler haber söylem ve içeriklerini de etkilemektedir.

Araştırma kapsamında incelenen gazetelerin birinci sayfalarında verilen seçim haberlerinin içeriklerine bakıldığında gazetelerin ideolojik temelli bir bakış açısıyla seçimi haberleştirdiği görülmüştür. İncelenen 22 ulusal gazetenin manşetlerinin ve alt başlıklarının içeriklerine bakıldığında Akşam, Aydınlık, Diriliş Postası, Doğru Haber, Milat, Milliyet, Türkçün, Türkiye, Yeni Akit, Yeni Birlik ve Yeni Şafak gazetelerinin Cumhuriyet İttifakını doğrudan ya da dolaylı olarak destekleyici nitelikte seçim sonuçlarını haberleştirdiği görülmektedir. Diğer yandan Açık Mert Korkusuz, Cumhuriyet, Halkın Gazetesi Birgün, Karar, Sözcü gazetelerinin ideolojik yakınlığı çerçevesinde Millet İttifakı lehine manşet ve alt başlıkları kullandığı görülmektedir. Seçimi tarafsız olarak haberleştiren gazetelerin ise Analiz ve Dünya gazeteleri olduğu görülmektedir. Sahiplik yapısı bakımından merkez sağ olarak konumlandırılan Hürriyet gazetesi seçimi tarafsız bir şekilde haberleştirmiştir. Diğer yandan Millet İtikâfi ortaklarından Saadet Partisi'nin resmi yayın organı olan Millî Gazete de seçimi tarafsız bir şekilde haberleştirmiştir.

Sonuç olarak medyanın haber verme biçimlerinin de bir tür algı yaratmaya dönük olarak tasarlandığı görülmektedir. Cumhuriyet tarihi boyunca basın kuruluşlarının iktidarlardan tam olarak bağımsız hareket etmediği görülmektedir. 1980'lerden itibaren yaşanan siyasal ve ekonomik nedenlerden dolayı iktidar medya ilişkileri daha farklı bir döneme doğru değişim göstermeye başlamıştır. Gazetelerdeki sahiplik yapısının değişimi olarak değerlendirilen bu dönemde iktidar-medya-ilişkilerinin basındaki haber içeriklerini etkilediği görülmüştür.

KAYNAKÇA

- Arsan, E. D. (2004). Medya-güç-ideoloji ekseninde Merve Kavakçı haberlerinin iki farklı sunumu. *Haber, hakikat ve iktidar ilişkisi*. Der. Çiler Dursun, Ankara: Elips Kitap.
- Bilgin, N. (2006). *Sosyal bilimlerde içerik analizi: Teknikler ve örnek çalışmalar*. Ankara: Siyasal Kitapevi.
- Bodur, F. (1997). *Yerel basında yönetim ve örgüt yapısı*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını,
- Chomsky, N. ve S. Edward H. (2004). *Medyanın kamuoyu imalatı*. İstanbul: Çiviyazıları.
- Çam, Ş. (2008) *Medya çalışmalarında ideoloji epistemolojik ve metodolojik sorunlar*. Ankara: De Ki Basım Yayım.
- Ekici, İ. (2019). *Göstergebilim bakımından gazete manşetlerinin anlamlandırılması*. Harran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Türk Dili ve Edebiyatı Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi, Şanlıurfa.
- Erdem, B. K. (2012) *İdeolojik arena medya*. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- İnceoğlu, Y. ve Çoban S. (2016). Şimdi haberler. *Haber okumaları*. Der. Yasemin İnceoğlu, Savaş Çoban, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Krippendorff, K. (2004). *Content analysis: An introduction to its methodology*: Sage.
- Vural, A.M. (2001). Toplumsal gelişim sürecinde katkı sağlayan bir araç olarak yerel medya. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*. (11), 120-125.
- Yağbasan, M. & Demir, Ü. (2007). Basın dili ve gazete manşetlerinin dilbilimsel Analizi. *E-Journal of New World Sciences Academy*. 3 (1), 115-127.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2018). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. (11. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Sine Nazlı, R. & Kalafat Çat, A. (2019). 24 Haziran erken seçimlerinin gazete haberlerindeki söylem çözümlemesi. *Global Media Journal TR Edition*, 10 (19) Güz 2019
- URL-1 <https://www.gazeteoku.com/gazeteler/2023-05-15/korkusuz-gazetesi-manseti> [Erişim Tarihi: 16.05.2023]
- URL-2 <https://www.gazeteoku.com/gazeteler/2023-05-15/aksam-gazetesi-manseti> [Erişim Tarihi: 16.06.2023]
- URL-3 <https://www.gazeteoku.com/gazeteler/2023-05-15/analiz-gazetesi-manseti> [Erişim Tarihi: 17.06.2023]

- URL-4 <https://www.gazeteoku.com/gazeteler/2023-05-15/aydinlik-gazetesi-gazetesi-manseti> [Erişim Tarihi: 16.06.2023]
- URL-5 <https://www.gazeteoku.com/gazeteler/2023-05-15/cumhuriyet-gazetesi-manseti> [Erişim Tarihi: 16.06.2023]
- URL-6 <https://www.gazeteoku.com/gazeteler/2023-05-15/dirilis-postasi-gazetesi-manseti> [Erişim Tarihi: 16.06.2023]
- URL-7 <https://www.gazeteoku.com/gazeteler/2023-05-15/dogru-haber-gazetesi-manseti> [Erişim Tarihi: 16.06.2023]
- URL-8 <https://www.gazeteoku.com/gazeteler/2023-05-15/birgun-gazetesi-manseti> [Erişim Tarihi: 16.06.2023]
- URL-9 <https://www.gazeteoku.com/gazeteler/2023-05-15/dunya-gazetesi-manseti> [Erişim Tarihi: 16.06.2023]
- URL-10 <https://www.gazeteoku.com/gazeteler/2023-05-15/hurriyet-gazetesi-manseti> [Erişim Tarihi: 16.06.2023]
- URL-11 <https://www.gazeteoku.com/gazeteler/2023-05-15/karar-gazetesi-manseti> [Erişim Tarihi: 16.06.2023]
- URL-12 <https://www.gazeteoku.com/gazeteler/2023-05-15/milat-gazetesi-manseti> [Erişim Tarihi: 16.06.2023]
- URL-13 <https://www.gazeteoku.com/gazeteler/2023-05-15/milli-gazete-gazetesi-manseti> [Erişim Tarihi: 16.06.2023]
- URL-14 <https://www.gazeteoku.com/gazeteler/2023-05-15/milliyet-gazetesi-manseti> [Erişim Tarihi: 16.06.2023]
- URL-15 <https://www.gazeteoku.com/gazeteler/2023-05-15/posta-gazetesi-manseti> [Erişim Tarihi: 16.06.2023]
- URL-16 <https://www.gazeteoku.com/gazeteler/2023-05-15/sozcu-gazetesi-manseti> [Erişim Tarihi: 16.06.2023]
- URL-17 <https://www.gazeteoku.com/gazeteler/2023-05-15/turkgun-gazetesi-manseti> [Erişim Tarihi: 16.06.2023]
- URL-18 <https://www.gazeteoku.com/gazeteler/2023-05-15/turkiye-gazetesi-gazetesi-manseti> [Erişim Tarihi: 16.06.2023]
- URL-19 <https://www.gazeteoku.com/gazeteler/2023-05-15/yeni-akit-gazetesi-manseti> [Erişim Tarihi: 16.06.2023]
- URL-20 <https://www.gazeteoku.com/gazeteler/2023-05-15/yenibirlik-gazetesi-manseti> [Erişim Tarihi: 16.06.2023]
- URL-21 <https://www.gazeteoku.com/gazeteler/2023-05-15/yeni-mesaj-gazetesi-manseti> [Erişim Tarihi: 16.06.2023]
- URL-22 <https://www.gazeteoku.com/gazeteler/2023-05-15/yeni-safak-gazetesi-manseti> [Erişim Tarihi: 16.06.2023]

29. Bölüm

Türkiye’de Gerçekleştirilen Kalite Fonksiyonu Göçerimi Araştırmalarının Müşteri Sesi Açısından İncelenmesi

Mustafa Bilgehan KUTLU¹

¹ Dr. Öğr. Üyesi; Sivas Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü. mkutlu@cumhuriyet.edu.tr ORCID No: 0000-0001-6081-5154

ÖZET

Günümüzdeki işletmelerin rekabet edebilmesi müşteri istek ve ihtiyaçlarının anlaşılıp, iş süreçlerinin ve ürünlerin bunlara yönelik tasarımlarıyla mümkün hale gelmektedir. Müşteri sesinin anlaşılmasıyla başlayan QFD yöntemi, bu amaçla kullanılabilecek yönetsel bir araçtır. Bu çalışmada QFD yöntemi hakkında kısaca bilgi verilmekte ve Türkiye’de 2001-2023 yılları arasında gerçekleştirilen 57 makale ve bildiri incelenmektedir. Çalışmalarda, başta eğitim olmak üzere çok farklı alanlarda QFD yönteminin Türkiye’de uygulandığı görülmektedir. Gerçekleştirilen çalışmalar büyük oranda, sistem ve kalite iyileştirmesi, mal ve hizmet tasarımı ve müşteri beklenti ve gereksinimlerinin ortaya çıkarılması amaçlarıyla gerçekleştirilmiştir. Müşterilerin sesinin anlaşılması amacıyla, çalışmalarda yüz yüze görüşme, odak gruplarla veri toplama ve geçmiş literatürden yararlanma gibi çeşitli kaynaklar kullanılmaktadır. Bunun yanında, müşteri gereksinimlerinin önem derecelerinin belirlenmesinde anketler ve AHP yöntemlerinin çalışmalarda sıklıkla kullanıldığı görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Kalite fonksiyon göçerimi, Müşterilerin sesi, Müşteri odaklılık, Kalite, Ürün geliştirme

GİRİŞ

Pazarlama programlarının hazırlanması her ne kadar müşteri odaklı olması istense de işletme süreçleri ile müşterilerin ihtiyaçları arasında bağ kurmakta genellikle başarısız olmaktadır (Mohr-Jackson, 1996). Geleneksel olarak pazarlama organizasyonun dışına odaklanmaktayken, kalite iyileştirme programları iç süreçlere odaklanmakta, dolayısıyla pazarlama ve süreç iyileştirmesi arasındaki bağ netleşmemektedir. Bu durum pazarlamanın katkısı olmadan organizasyonların iç süreçlerindeki iyileştirmenin müşteri ihtiyaçlarına ne kadar uygun olduğu sorunun doğurmaktadır. Müşterilerin sesinin işletme süreçlerine yansıtılması, müşterilerin ihtiyaçlarını karşılayan ürün ve hizmet geliştirme, pazarlama programlarının hazırlanması gibi konularda kritiktir. Rekabet avantajı elde etmek için firmaların kurum stratejisinin parçası olan pazarlama ve üretim stratejileri arasında bir bağ kurması gerekir (Skinner, 1986). Gerçekten de birçok firma pazarlama ve üretim stratejileri arasındaki ilişkiyi anlamakta yanılmakta, bunun sonucu olarak rekabetçi olmayan, pahalı ve verimsiz üretim sistemlerini hayata geçirmektedir (Gonzalez vd., 2004).

Yukarıda bahsedilen boşluğu gidermek için kullanılan tekniklerden biri kalite fonksiyonu yayılımıdır (quality function deployment- QFD). Toplam kalite yönetimi araçlarından olan kalite fonksiyonu yayılımı müşteri ihtiyaç ve beklentilerini uygun işletme ihtiyaçlarına ve son ürüne çevirerek, işletme süreçlerini müşterilerin tatminine bağlamaktadır. Kohli ve Jaworsky (1990) pazarlama yönlülüğünü tanımlayan üç bileşen olduğunu savunmaktadır.

- Müşteri yönlülük: Hedef müşterilerin şimdi ve zaman içinde anlaşılabilir onlar için üstün değer yaratmak.
- Rakip yönlülük: Mevcut ve potansiyel rakiplerle ilgili bilgi toplanması, kısa vadeli güçlülük ve zayıflıklarının, uzun vadeli kabiliyetlerinin anlaşılmasını içerir.
- Fonksiyonlar arası koordinasyon: Hedef müşteri gruplarına üstün değer yaratmak için, organizasyondaki kaynakların koordinasyonu.

Pazarlama yönlülükte olduğu gibi QFD tekniğinin merkezinde müşteriler vardır. QFD müşteri ihtiyaçlarını, başka bir deyişle müşterinin sesini organizasyonun her yanına yayar. Sonuçta pazarlama kavramının organizasyona yayılmasına yardımcı olduğu için pazarlamaya faydalı bir tekniktir (Mohr-Jackson, 1996). Müşteri ihtiyaçlarını tatmin düzeyinin rakiplerle karşılaştırılmasını içerir. QFD müşterilerin taleplerini ve tasarım etkileşimlerini daha iyi anlamayı sağlar, departmanlar arasındaki geleneksel engelleri ortadan kaldırır (Trott, 2008).

Pazarlama bilimi açısından bakıldığında QFD tekniğinin ilgi çeken yanı, pazarlama departmanı dışındaki departmanların pazarlama araştırması bulgularını kullanması hatta bazı durumlarda araştırmayı yürütmesidir (Griffin ve Hauser, 1993). Mühendisler ürün tasarımı gerçekleştirirken, müşteri ihtiyaçları ile ilgili detaylı bilgiye ihtiyaç duymaktadır. Bu detayda bilgi pazarlama araştırmasınca çoğu durumda sağlanmamaktadır (Griffin ve Hauser, 1993). Buradaki bir noktada QFD tekniğinin yürütülmesi için ciddi düzeyde pazarlama araştırması tekniklerine hakim olunması gerektirir. Mühendislik eğitiminde QFD tekniği detaylı olarak ele alınmasına rağmen, pazarlama araştırması konusu ihmal edilmektedir. Bunun karşısında işletme programlarında pazarlama ile ilgili makul düzeyde bilgi verilirken, QFD tekniği gibi müşteri ihtiyaçlarını nasıl ürüne dönüştürebileceklerini anlatan yöntemlere üretim yönetimi, kalite yönetimi gibi derslerde sadece tanım düzeyinde yer verilmektedir. Bu çalışmada QFD tekniği ile ilgili Türkiye’de yürütülen çalışmalar incelenmektedir. Tekniğin, müşteri ihtiyaçları ve bunların önem derecelerini gösteren müşteri sesi (voice of customer) kısmının çalışmalarda nasıl ele alındığı ortaya koyulmaktadır. Sonuç kısmında QFD tekniğinin Türkiye’de uygulanması ile akademisyenlere ve uygulamacılara yönelik bazı çıkarımlar yapılmaktadır.

QFD YÖNTEMİ

QFD (quality function deployment) yöntemi, Japonca “Hinshitsu KiNo TenKa” kelimeleri ile ifade edilmektedir. Yöntemin Türkçe isimlendirilmesinde kalite fonksiyon yayılımı, kalite fonksiyon açılımı gibi kullanımları mevcuttur. Ancak kalite fonksiyon göçeriminin QFD için daha doğru bir kullanım olduğu belirtilmektedir (Yenginol, 2008).

Bu bölümde QFD yönteminin tarihsel gelişimi, bileşenleri, kabulleri ve uygulanmasında yaşanan bazı zorluklar sırasıyla ele alınmaktadır.

QFD’nin Tarihsel Gelişimi

İkinci dünya öncesine kadar Japon endüstrisi, daha çok rakiplerin taklit ürünlerini yaparak üretimlerini gerçekleştirmekteydi. Savaş sonrasında üreticiler, kendi orijinal ürün tasarımlarını yapmaya başladılar. Yine, Japon endüstrisi savaş sonrasında istatistiksel kalite kontrol tekniklerini uygulamaya başladı. 1960 ile 1965 yılları arasında kalitenin yalnızca üretim ve kalite birimlerinin değil tüm işletmenin sorumluluğunda olduğu toplam kalite kontrol fikri, istatistiksel kalite kontrolünün yerini almaya başladı. Bu zaman diliminde Akao ilk kez QFD fikrini ve yöntemini ortaya koydu (Akao ve Mazur, 2003).

QFD tekniğinin ilk başlangıç noktası olarak Akao'nun 1972 yılında Standardization and Quality Control adlı dergide yayınladığı makaledir (Abu-Assab, 2012). QFD alanında yazılan ilk kitap Mizuno ve Akao editörlüğünde 1978 yılında yayımlandı (Abu-Assab, 2012). 1987 yılında 80 Japon firmasındaki QFD uygulamalarına yönelik rapor 13 yıllık araştırmanın ardından Japonya'daki the Computer Research Committee.29 tarafından yayımlandı (Abu-Assab, 2012). Japonya'daki başarı öyküleri 1980'li yılların başlarında ABD ve Avrupa'nın dikkatini çekmeye başladı. 30 yıl içinde QFD tekniği tüm dünyaya yayılmayı başardı. Toyota, Ford Motor Company, Procter & Gamble, Digital Equipment, Hewlett-Packard, IBM, AT&T Bell Labs, Texas Instruments gibi dev firmalar QFD tekniğinin yoğun bir biçimde kullanmaktadır (Mohr-Jackson, 1996).

Akao (1990) QFD'nin tüketiciyi tatmin etmeyi amaçlayan dizayn kalitesinin geliştirilmesine yönelik bir yöntem olduğunu, müşterilerin taleplerinin dizayn hedeflerine ve üretim aşamasında kullanılacak ana kalite güvence noktalarına dönüştürüldüğünü söylemektedir. Sullivan (1986) QFD'nin, ürün geliştirme ve üretim sürecinde (pazarlama stratejileri, ürün dizaynı ve mühendislik, prototip değerlendirme, üretim sürecinin geliştirilmesi) müşteri gereksinimlerinin uygun teknik gereksinimlere dönüştürülmesinin yolunu sağlayan genel bir kavram olduğunu söylemektedir. Hauser ve Clausing (1988)'ne göre kalite fonksiyonu yayılımı planlama ve iletişim rutinleri kümesine (önce dizayn et sonra üret, sonra müşterilerin almak isteyecekleri ve almaya devam edecekleri ürünleri pazarla) odaklanır ve organizasyondaki becerileri koordine eder. Bu tanımların ortak noktası QFD'nin müşteri ihtiyaçlarının dikkate alınarak ürün ve süreç gereksinimlerine dönüştürülmesinde kullanılan sistematik bir teknik olduğudur.

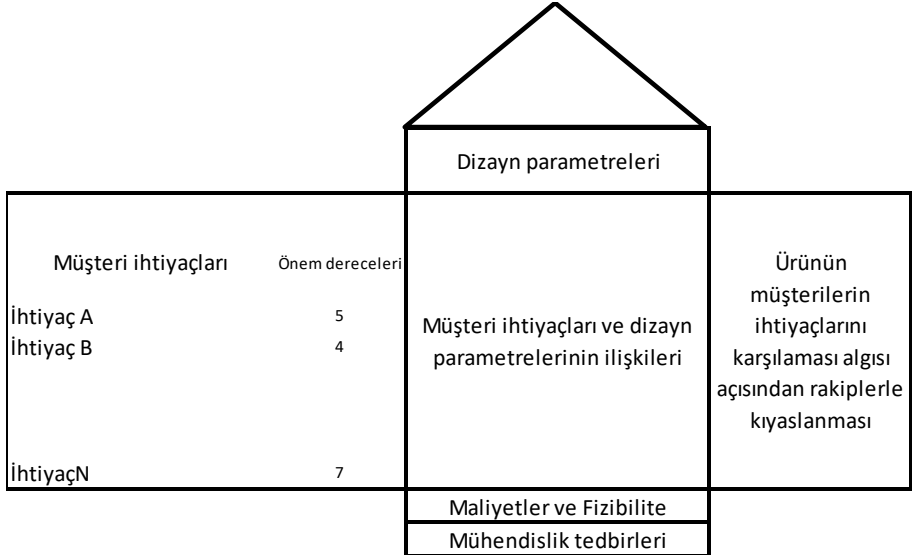
QFD tekniği sadece ürün tasarımı kararlarında uygulanmamaktadır. Ürün dizaynında alınan kararlar daha sonra üretim organizasyonuna yayılırlar. Bu dört aşamalı yaklaşım birbirlerine bağlı dört kalite evinden oluşmaktadır. ABD'de en çok kullanılan bu yaklaşıma ASI (American Supplier Institute) yaklaşımı denilmektedir (Chan ve Wu, 2002). ASI yaklaşımı ilk kez Sullivan (1986) tarafından ortaya koyulmuştur.

Birinci safhada amaç müşteri ihtiyaçlarının belirlenip, dizayn parametrelerine dönüştürülmesidir (Abu-Assab, 2012). İkinci aşamada, birinci aşamada belirlenen dizayn parametreleri ürünü oluşturan parça özelliklerine dönüştürülür. Üçüncü aşamada parça özellikleri bunları gerçekleştirebilecek anahtar süreç işlemlerine dönüştürülür. Son aşamada ise anahtar süreç işlemleri üretim gereksinimlerine dönüştürülür. Böylelikle QFD sürecinin başında dikkate alınan müşterinin sesi üretime kadar yayılmış olur.

Kalite Evi

QFD tekniğinin uygulanmasının temelinde kalite evi (the house of quality) adı verilen matrisler vardır (Han vd., 2001). Bu matrislere ev denilmesinin nedeni üçgen çatısı olan bir evi andırmalarıdır (Akao ve Mazur, 2003). Uygulamada çeşitli biçimlerde kalite evi yapıları kullanılabilmektedir. Şekil 1’de tipik bir kalite evi biçimi verilmiştir.

Kalite evinin yapısı incelendiğinde doğrudan müşteri sesini oluşturan bileşenlerinin müşteri ihtiyaçları, müşterilerin bu ihtiyaçlara verdikleri önem dereceleri ve müşterilerin ürünün bu ihtiyaçları karşılama açısından algıları ve bu algıların rakip ürünlerle kıyaslanması olduğu görülmektedir (Griffin ve Hauser, 1993). Kalite evi inşa edilirken genellikle yediş aşamalı bir yol izlenmektedir (Kazemzadeh vd., 2009). Bunlar sırasıyla müşterilerin ihtiyaçlarının belirlenmesi, bu ihtiyaçların göreceli olarak önem derecelerinin tespiti, ürünün bu ihtiyaçları ne derece karşıladığının rakiplerle karşılaştırılması, ürün dizayn parametrelerinin belirlenmesi, dizayn parametreleri ve ihtiyaçlar arasındaki ilişki matrisinin hazırlanması, dizayn parametreleri arasındaki korelasyon matrisinin hazırlanması, teknik gereksinimlerin sıralanması ve hedeflerin tanımlanmasıdır. Bu aşamalarda izlenebilecek yöntemler sırasıyla aktarılacaktır.



Şekil 1: Kalite Evi

Kaynak: Griffin ve Hauser (1993)

Müşteri ihtiyaçlarının ve önem derecelerinin tespiti

Müşteri ihtiyaçlarının tespitinde gerekli veri genellikle başta odak grupları, yüz yüze görüşme gibi nitel araştırma teknikleri olmak üzere müşteri anketleri ve ürün denemeleri yöntemleriyle toplanılmaktadır (Abu-Assab, 2012). Birçok Japon firması ürünlerini kamusal alana koyarak müşterilerin denemesini teşvik etmekte, bu yolla onların görüşlerini almaktadır (Hauser ve Clausing, 1988). Müşteri ihtiyaçlarının belirlenmesi için yüz yüze görüşme tekniği kullanıldığında en az 12 müşterinin görüşünün alınması yeterli sayıda ihtiyacın ortaya koyulabilmesi için önerilmektedir (Griffin ve Hauser, 1993). İhtiyaçların belirlenmesinde, ihtiyaçları üç kategoride sınıflayan (temel, doğrusal ve heyecan verici) kano modelinin kullanılabileceğini savunan araştırmacılar da vardır (Sofyalıoğlu ve Tunail, 2012).

Müşteri görüşlerinden elde edilen müşteri ihtiyaçlarıyla ilgili veriler dağınık bir biçimde olacaktır (Güllü ve Ulcay, 2002). Bu nedenle müşteri ihtiyaçlarının tasnif edilerek gruplandırılması gerekmektedir. Bu karmaşık ihtiyaçlar listesinin sadeleştirilmesi ve net ihtiyaçlara dönüştürülmesi kalite evi analizi için en temel sorundur (Hauser ve Clausing, 1988). Çünkü bu aşamada tespit edilecek ihtiyaçlara göre analiz devam edecektir. Griffin ve Hauser (1993) bu verilerin tasnifi için grup uzlaşma süreci (group consensus process) ve müşteri düzenleme ve kümeleme (customer sort and cluster process) süreci gibi iki temel yöntemin kullanıldığını söylemektedir.

Grup uzlaşma sürecinde birçok Amerikan ve Japon firması K-J (ilgi) diyagramı ve ağaç diyagramını kullanmaktadır. İlgi diyagramının oluşturulması için düzenlenen Grup uzlaşma süreci toplantısına katılan her bir üyeye üzerinde tüketicilerin ihtiyaçlarının yazılı olduğu kartlardan eşit sayıda verilir. Katılımcılardan biri elindeki kartlardan birini okuyup masanın ortasına koyar. Diğer katılımcılar karttaki ihtiyaca benzer olduklarını düşündükleri kartları tartıştıktan sonra o kartın altına koyar. Bu süreç kartların tümü ayrı kümeler oluşturuncaya kadar devam eder. Takım daha sonra kümelerdeki kartları hiyerarşik bir sırada gösterebilmek için stratejik önem düzeylerine göre ağaç diyagramları oluşturur. Böylelikle grup uzlaşması sonuçlanmış olur.

Müşteri düzenleme sürecinde müşterilere ihtiyaçların isimlerinin yazıldığı kartlar verilir ve bu kartları benzer ihtiyaçları tespit edecek gruplara ayırmaları istenir. Daha sonra katılımcılardan her bir grup için o grubu temsil edebileceğini düşündükleri örnek bir ihtiyacı seçmeleri istenir. Böylelikle ihtiyaçları gruplara ayırma işlemi tamamlanmış olur.

İhtiyaçlar belirlendikten sonra bu ihtiyaçların müşteriler açısından ne derece önemli olduğunun tespit edilmesi gerekmektedir. Müşterilerin ihtiyaçlara verdikleri önem derecelerinin araştırılmasında anket yöntemi kullanılabilir

(Güllü ve Ulcay, 2002). Bu ankette her bir ihtiyacın önem derecesi dokuzluk ya da beşlik ölçekler kullanılarak ölçülebilir. Sonuçta her bir ihtiyacın önem derecesi ortalama değer alınarak hesaplanır.

Rekabet analizi

Rekabet analizi iki aşamadan oluşmaktadır (Han vd., 2001). İlk aşamada ürünün müşterilerin ihtiyaçlarını karşılama derecesi rakiplerin durumuyla kıyaslanır. Bu bilgi hangi ihtiyacın karşılanmasının rekabet avantajı yaratabileceği konusunda fikir sağlar (Han vd., 2001). Böylelikle QFD sürecinde hangi dizayn karakteristiklerine ağırlık verilmesi konu da aydınlatılmış olur. Böyle bir ölçüm anketler yardımıyla beşli ölçek kullanılarak yapılabilir.

İkinci aşamada her bir müşteri ihtiyacı için dizayn hedefleri belirlenir. Burada müşteri isteklerinin önem dereceleri ve rakiplerin durumu dikkate alınır. Burada elde edilen bilgi bir sonraki aşamada kullanılır.

Dizayn parametrelerinin tayini

Dizayn parametrelerinin tanımlanması için genellikle pazarlama, ARGE ve üretim departmanlarından seçilen uzman personellerle takım oluşturulur (Abu-Assab, 2012). Bu takımın göre müşteri ihtiyaçlarını karşılayabilecek ürün dizayn özelliklerini belirlemektir. Hedeflenen her müşteri isteğini karşılayabilecek ürün özellikleri net bir şekilde tanımlanmalıdır. Aynı dizayn özelliği birden fazla ihtiyacı tatmin edebilmektedir (Abu-Assab, 2012). Örneğin bir buzdolabı dizaynının ergonomik olması hem kolay temizlenebilirlik ihtiyacını hem de iç hacminin ayarlanabilir olması ihtiyacını tatmin etmektedir (Üçler vd., 2006).

Müşteri ihtiyaçları ve dizayn parametreleri arasındaki korelasyon matrisi

Dizayn parametreleri tahmin edildikten sonra bunların müşteri ihtiyaçlarını karşılama derecelerinin belirlenmesi gerçekleştirilir. Yine bu aşamada departmanlar arası kurulan ekip puanlamayı yapar. İlişkilerin değerlendirilmesinde gösterim kolaylığı sağlamak için semboller kullanılmaktadır. En yaygın olarak kullanılan semboller, güçlü bir ilişki için çift daire veya 9 rakamı, orta düzeyde bir ilişki için tek daire veya 3 rakamı ve zayıf bir ilişki için de bir üçgen veya 1 rakamı şeklindedir (Güllü ve Ulcay, 2002). Eğer dizayn parametresi ile ihtiyaç arasında bir bağlantı yoksa matrise herhangi bir şey yazılmaz.

Dizayn parametreleri arasındaki ilişkilerin bulunması

Bu aşamada dizayn parametrelerinin birbirleri üzerindeki olumlu ya da olumsuz ilişkileri belirlenmeye çalışılır. Dizayn parametrelerinin birbirini olumsuz etkilediği duruma örnek olarak, bir otomobilin darbe dayanaklığının artırılması sac kalınlığını arttıracak, bu ise otomobilin hızında olumsuz etkiye neden olacaktır. Bu aşama kalite evinin çatısını oluşturur. Bu ilişkilerin belirlenmesinde yine farklı departmanlardan toplanan uzman ekibi görev alır. Korelasyon matrisinde genellikle dört sembol kullanılır. Kuvvetli ve olumlu bir ilişki için çift daire, olumlu fakat zayıf ilişki için tek daire, kuvvetli ve olumsuz bir ilişki için çift yıldız, olumsuz bir ilişki için tek yıldız kullanılmaktadır (Güllü ve Ulcay, 2002). Karmaşıklığı önlemek için pozitif ve negatif korelasyonları göstermek için daire ve yıldız işaretleri kullanılabilir (Güllü ve Ulcay, 2002).

Dizayn parametrelerinin önem düzeylerinin belirlenmesi

Bir dizayn parametresinin önem düzeyi, ilişkili olduğu müşteri ihtiyaçlarının önem dereceleri ile dizayn parametresiyle olan ilişki düzeyi çarpılıp toplanarak bulunabilir (Abu-Assab, 2012). Her bir dizayn parametresinin önem düzeyi puanı toplanır. Daha sonra her bir dizayn parametresinin önem düzeyi bu toplama bölünerek göreceli önem düzeyi ortaya koyulur (Kim vd., 2003). Burada bulunan önem değerleri ürün tasarlanırken mühendislik departmanına ışık tutar, mevcut ürünün hangi noktalarında iyileştirmeler yapılması gerektiği ortaya çıkmış olur. Hangi dizayn parametresinin iyileştirilmesi gerektiği kararı verilirken bunun gerçekleştirilme zorlukları (fizibilitesi) , diğer dizayn parametrelerine etkileri ve maliyet açısından değerlendirilmesi gerekmektedir.

QFD sisteminin kabulleri ve uygulanmasında yaşanan bazı zorluklar

QFD yönteminin temelini oluşturan bazı kabuller vardır. Bunlardan ilki QFD çoğu problemin insanlar yerine sistem kaynaklı olduğunu kabul eder (Mohr-Jackson, 1996). Deming hataların %85'inin yönetim ve sistem kaynaklı olduğunu yalnızca %15'inin çalışanlara dayalı olduğunu iddia etmektedir (Mohr-Jackson, 1996). Bu yüzden yönetim üzerine büyük sorumluluk yüklemektedir. İkinci olarak QFD uygulamaları disiplinler arası çalışmayı gerektirmektedir. Bunu sağlayamayan organizasyonlar QFD uygulamalarında başarıya ulaşamaz. Üçüncü kabul tasarımın temelinde müşterinin sesini dikkate almasıdır. Ancak yeni ürün geliştirme sürecinde bu durum ancak artırimsal inovasyonlar ve yeni ürünler için geçerli olmaktadır. Oysaki bazı durumlarda müşteriler neye ihtiyacı olup olmadığını bilemez. Örneğin radikal inovasyon ve ileri düzeyde araştırma gerektiren dünyaya yeni ürünlerin ortaya koyulmasında QFD yaklaşımının benimsenmesi uygun gözükmemektedir.

QFD tekniğinin uygulanmasında karşılaşılan bazı zorluklar (Kazemzadeh vd., 2009);

- Karmaşık ve zaman alıcı olması
- Kalite evi matrislerinin çok büyük boyutlara ulaşabilmesi
- Birbirleriyle çelişen çok çeşitli müşteri ihtiyaçlarının ayrımının yapılmasında zorluk yaşanması
- Birbirleriyle çelişen teknik gereksinimlerin belirlenmesinde zorluk yaşanması
- Müşteri ihtiyaçlarının ve teknik gereksinimlerin geleneksel ölçeklerle önceliklendirilmesinde güçlük yaşanması
- Müşterilerin sesinin dinamik ve zaman içinde değişen bir yapı da olması nedeniyle şu anki müşteri sesinin yeterli olmaması
- Farklı müşteri segmentlerinin ihtiyaçlarını karşılamakta zorluk
- Ürün geliştirme sürecinde bütün teknik gerekliliklerin dikkate alınmasının zaman ve para kısıtı göz önüne alındığında çok zor olması olarak özetlenebilir.

TÜRKİYE’DE GERÇEKLEŞTİRİLEN QFD ÇALIŞMALARINDA MÜŞTERİ SESİ ARAŞTIRMALARI

Bu bölümde Türkiye’de yürütülen 57 çalışma müşteri sesi açısından incelenmektedir. Çalışmalar tarihsel sırasına göre verilmektedir.

Öter ve Tütüncü (2001), Türkiye’deki seyahat acentelerinin ürün tasarımını iyileştirmesi içi QFD yaklaşımını kullanabileceğini öneren hipotetik bir çalışma yapmıştır. Seyahat acentesinin müşterilerinin gereksinimlerini ortaya çıkarabilmek için literatürden yararlanmaktadırlar. Bu gereksinimler 7 dereceli bir ölçekle değerlendirilerek önem dereceleri belirlenmektedir.

Güllü ve Ulcay (2002), bir kablo ürünüde kalite iyileştirmesi için QFD uygulaması gerçekleştirmişlerdir. Müşteri ile gerçekleştirilen görüşmeler sonucunda müşteri istekleri ve önem dereceleri çalışmada belirlenmektedir.

Akbaba (2005), bir otelde QFD yaklaşımını uygulamıştır. Otel müşterilerinin, yöneticilerinin ve konu ile ilgili akademisyenlerin görüşleri alınarak çalışmadaki müşteri gereksinimleri listesi oluşturulmaktadır. 250 otel müşterisine bu gereksinimlerin önem düzeyleri anketler yardımıyla sorulmaktadır.

Özveri ve Karpat Türksever (2006), dekoratif cam sektöründe ürün tasarımı için QFD yöntemini benimsemektedirler. Müşteri istekleri müşterilere uygulanan anketler ve yüz yüze görüşmeler ile belirlenmektedir. Müşteri

şikâyet sıklıkları dikkate alınarak müşteri isteklerinin önem düzeyleri hesaplanmaktadır.

Üçler vd. (2006), buzdolabı ürün geliştirme süreci için QFD yöntemini uygulamışlardır. Müşteri istekleri ve önem dereceleri çalışmada anket yardımıyla belirlenmektedir.

Barutçu (2006) sanal mağaza tasarımı için QFD yönteminden yararlanmaktadır. Müşteri istekleri ile ilgili liste önceki çalışmalardan yararlanılarak oluşturulmaktadır. Bunun yanında AHP yaklaşımı kullanılarak bu isteklerin göreceli önem dereceleri çalışmada ortaya çıkartılmaktadır.

Göloğlu ve Sezeroğlu (2007), endüstriyel tel zimba makinası ürün geliştirme sürecinde QFD yaklaşımından yararlanmaktadır. Çalışmada tüketici isteklerinin belirlenmesinde anketlerden yararlanılmaktadır. Bunun yanında anket sonucunda elde edilen tüketici gereksinimlerinin sıklığı önem derecelerinin belirlenmesinde kullanılmaktadır.

Doğu ve Özgürel (2008), sigortacılık sektöründe müşteri beklentilerinin işletmeler tarafından karşılanma düzeyinin belirlenmesi amacıyla QFD yöntemini uygulamışlardır. Müşterilerin sigorta sisteminden beklentileri odak gruplar ve pazarlama çalışanlarının görüşleri doğrultusunda ortaya çıkarılmaktadır. Bunun yanında, çalışmada AHP yöntemi uygulanarak müşteri beklentilerinin öncelik düzeyleri hesaplanmaktadır.

Ardıç vd. (2008), QFD yaklaşımını eğitim alanında bir yüksek lisans programının değerlendirilerek tasarlanmasında benimsemektedir. Öğrencilerin istek ve ihtiyaçlarının belirlenmesi amacıyla çalışmada odak gruplar ile veri toplanmaktadır. Öğrenci isteklerinin ağırlıklandırılmasında AHP yaklaşımı ile öğrencilerden veri toplanıp analiz gerçekleştirilmektedir.

Doğan ve Arıcan (2008), ilaç sektöründe QFD uygulaması gerçekleştirmişlerdir. İlacı hastalara reçete ile yazan doktorlar üzerinde yürütülen pazarlama araştırması sonucunda müşteri istekleri çalışmada belirlenmektedir. Doktorların puanlaması sonucunda müşteri isteklerinin önem dereceleri hesaplanmaktadır.

Delice ve Güngör (2008), dijital fotoğraf makinası için QFD yaklaşımıyla bir uygulama gerçekleştirmiştir. Çalışmada, kullanıcılarla gerçekleştirilen odak gruplar ve literatür incelemesi sonucunda müşteri istekleri belirlenmektedir. Kano modeli yardımıyla müşteri isteklerinin önem düzeyleri tespit edilmektedir.

Özgen vd. (2009), QFD yaklaşımının işletmeler tarafından müşteri ilişkileri yönetiminde kullanılabileceğini önermektedirler. Bu amaçla dizüstü bilgisayar kullanıcıları üzerinde bir araştırma yürütmüşlerdir. Müşteri gereksinimlerinin ortaya çıkarılması aşamasında çalışmada odak grupları ile müşterilerden veri toplanmakta ve benzerlik diyagramı uygulaması yardımıyla müşteri

gereksinimleri sınıflandırılmaktadır. Daha sonra çalışmada AHP yöntemi ile müşteri gereksinimlerinin önem dereceleri hesaplanmaktadır.

Çalıpınar ve Sosyal (2010), bir GSM şirketinde QFD yaklaşımını uygulamıştır. Müşteri ihtiyaç ve beklentilerini ortaya koyabilmek için çalışmada odak grupları yürütülmektedir. Odak gruplarının yanında müşteri ihtiyaç listesinin ortaya çıkarılmasında literatürden de faydalanılmaktadır. Müşteri ihtiyaçlarının önem dereceleri, müşterilere uygulanan anket sonucunda belirlenmektedir.

Yapraklı ve Güzel (2010) sağlık sektöründe gerçekleştirdikleri QFD uygulamasında, bir tıp merkezinin potansiyel kalite iyileştirme faaliyetlerini araştırmıştır. Tıp merkezinden hizmet alan müşterilerin istekleri odak grup çalışmaları ile çalışmada ortaya çıkarılmaktadır. Ortaya çıkan istek listesi anket yoluyla müşterilere sunulmakta ve verilen cevapların ortalaması önem düzeylerinin hesaplanmasında kullanılmaktadır.

Olçay ve Esin (2010), inşaat sektöründe toplu konut üretiminde müşteri beklentilerinin dikkate alınmasında QFD yönteminin kullanılabileceğini önermektedir. Çalışmada odak grupları yardımıyla ve geçmiş literatür doğrultusunda konutlarla ilgili müşteri ihtiyaçları ortaya çıkarılmaktadır. Bu ihtiyaçların önem derecesi sıralı ağırlıklı ortalama AHP yönetimi yardımıyla hesaplanmaktadır.

Kılıç ve Babat (2011), yiyecek içecek işletmelerinde QFD ile ilgili kavramsal bir çalışma gerçekleştirmiştir. Müşteri sesi kısmında müşteri istekleri SERVQUAL modelinin boyutları doğrultusunda belirlenmektedir. Çalışmada, müşteri isteklerinin önem dereceleri (1-7) ölçek kullanılarak değerlendirilmektedir.

Yıldız ve Baran (2011), kalite ve müşteri beklentilerini daha iyi karşılamak amacıyla gıda endüstrisinde QFD yöntemini uygulamışlardır. Çalışmada, müşteri talep ve şikâyetleri incelenerek pazarlama ve halkla ilişkiler çalışanlarının görüşleri doğrultusunda yoğurt ürünü için müşteri istekleri ve bunların önem düzeyi (1-10) ortaya çıkarılmaktadır.

Aytaç vd. (2012) bir kablo üretim işletmesinde ürün tasarımı faaliyetleri için QFD yöntemini kullanmıştır. Çalışmada, müşteri temsilcileri ile yapılan görüşmeler sonucunda müşteri istekleri belirlenmektedir. Bunun yanında, AHP yöntemi uygulanarak göreceli önem düzeyleri hesaplanmaktadır.

Karpuz vd. (2012), hazır yemek (fast food) restoranları için QFD uygulaması yürütmüşlerdir. Restoran çalışanlarının ve yöneticilerinin görüşleri ve çeşitli performans göstergeleri dikkate alınarak müşteri gereksinimleri listesi çalışmada oluşturulmaktadır. Müşteri gereksinimlerinin önem düzeyleri 5'li Likert tipi ölçek ile müşterilere uygulanan anket yardımıyla ölçülmektedir.

Uysal vd. (2012), e-öğrenme geliştirme süreçlerine yönelik bir QFD uygulaması gerçekleştirmiştir. Yazılım firmasının müşteri (kamu kurumu) gereksinimleri, bu kurum ile birlikte yapılan ihtiyaç analizi sonucunda ortaya çıkmaktadır. Daha sonra uzman kişiler müşteri gereksinimlerinin önem düzeyini değerlendirmektedir.

Sofyaloğlu ve Tunail (2012), gıda endüstrisinde faaliyet gösteren bir süt ürünleri işletmesinde QFD planlama matrisini Kano modelini kullanarak uygulamaktadırlar. Araştırmalarında müşteri ihtiyaçlarının belirlenmesi için odak grupları ile veri toplamaktadırlar. Bunun yanında müşteri ihtiyaçlarının önem dereceleri beşli Likert tipi ölçek yardımıyla ölçülmektedir.

Tunca ve Bayhan (2012), bilgisayar sektöründe tedarikçi seçimi için QFD yöntemini uygulamaktadır. Uygulanan iki aşamalı kalite evi kapsamında müşteri istekleri belirlenirken geçmiş çalışmalardan yararlanılmaktadır. Önem ağırlıklarının belirlenmesinde ise yazarlar tarafından müşteri istekleri 1-9 ölçeğinde değerlendirilmektedir.

Göloğlu ve Aydoğan (2014), akıllı paspas ürününün tasarımı için QFD yaklaşımını uygulamaktadırlar. Ürünle ilgili müşteri gereksinimlerinin ortaya çıkarılmasında ve bunların göreceli önem derecelerinin belirlenmesinde pazar araştırması ve anketlerden yararlanmaktadırlar.

Kelesbayev (2014), QFD yöntemini kullanarak üniversitedeki eğitimin kalitesini artırmak için öneriler ortaya koymaktadır. Gemba ve odak gruplar sonucunda öğrencilerin ihtiyaçları çalışmada ortaya çıkarılmaktadır. Bu ihtiyaçların önem dereceleri ise araştırmacı tarafından varsayımsal bir biçimde belirlenmektedir.

Alpaykut (2014), GSM operatörü kullanıcılarının memnuniyet derecelerinin belirlenmesinde QFD yaklaşımından yararlanmaktadır. Çalışmada yazar tarafından belirlenen 18 müşteri gereksinimi anket yoluyla katılımcılara değerlendirilmiş ve açımlayıcı faktör analizi sonucunda beş faktörlü bir yapı olduğu ortaya çıkmaktadır. Bunun yanında müşteri gereksinimlerinin müşteri memnuniyetine etkisi yapısal eşitlik modellemesi yardımıyla incelenmektedir. Müşteri gereksinimlerinin standardize edilmiş yol katsayıları önem derecelerinin hesaplanmasında kullanılmaktadır.

Doğan ve Karakuş (2014), QFD yöntemini turizm sektöründe Göreme Açık Hava Müzesinde hizmet kalitesinin değerlendirilmesi için uygulamaktadır. Müze çalışanları, turist rehberleri gibi uzman kişilerin görüşleri alınarak ve SERVQUAL modelinin boyutları kullanılarak, müşteri beklentileri ortaya çıkartılmaktadır. Uzman kişilerin müşteri beklentilerine verdikleri önemler AHP yöntemi ile birleştirilerek QFD yaklaşımında kullanılmaktadır.

Gülçiçek ve Sofyalıoğlu (2014), endüstriyel müşteriler için bidon ve pet şişe gibi plastik ambalaj üreten bir işletmede iyileştirmeler yapabilmek için QFD yöntemini benimsemişlerdir. Çeşitli endüstrilerde faaliyet gösteren müşterilerle yapılan derinlemesine görüşmeler sonucunda müşteri ihtiyaçları çalışmada belirlenmektedir. Müşteri anketleri ile elde edilen veriler, bulanık sayılar ve Liou-Wang sıralama yöntemi yardımıyla önem derecelerinin hesaplanması gerçekleştirilmektedir.

Akkoyun ve Özgen (2016), ahşap panel endüstrisinde sürdürülebilir üretim üzerinde etkili olabilecek unsurların ortaya çıkartılmasında QFD yaklaşımını benimsemektedir. Uygulama yapılan işletmedeki uzman kişilerin görüşleri ve konu ile ilgili akademik çalışmalardan yararlanılarak müşteri gereksinimleri ortaya çıkartılmaktadır. Müşteri gereksinimlerinin önceliklerinin belirlenmesinde bulanık sayılar kullanılmaktadır.

Demirbağ ve Çavdar (2016), tüketicilerin akıllı telefon gereksinimlerinin anlaşılması amacıyla QFD yaklaşımını benimsemektedirler. Çalışmada tüketici gereksinimleri internet üzerinden yapılan araştırma sonucu belirlenmektedir. Müşteriler üzerinde yürütülen anket sonucunda, müşteri gereksinimleri Kano modeli ile sınıflandırılmaktadır. Müşteri gereksinimlerinin önem derecesi memnuniyet ve memnuniyetsiz katsayıları yardımıyla hesaplanmaktadır.

Ustasüleyman ve Çelik (2016), QFD yöntemini sanal mağaza tasarımı uygulamaktadır. Sanal mağazalardan müşteri isteklerinin belirlenmesinde geçmiş literatürden yararlanılmaktadır. Bunun yanında ortaya çıkan müşteri gereksinimlerinin önem dereceleri mağaza kullanıcılarının değerlendirmeleri sonucunda belirlenmektedir.

Türkan ve Aydoğmuş (2016), QFD yöntemini İstanbul Üniversitesi'nde uzaktan eğitim sisteminin değerlendirilmesi ve iyileştirilmesi amacıyla kullanmıştır. Çalışmada, öğrenci isteklerinin belirlenmesi amacıyla öğrencilere anket yapılmaktadır. Daha sonra ortaya çıkan öğrenci isteklerinin önem derecesi (1-7) anket ile öğrencilere sorulmaktadır.

Ünal ve Yıldız (2017), üniversite kütüphanesinin hizmetlerinde iyileştirme sağlamak amacıyla QFD yöntemini kullanmışlardır. Öğrencilerle yapılan görüşmeler sonucunda kütüphane hizmetlerinden müşteri istekleri ortaya çıkarılmaktadır. Çalışmada, müşteri isteklerinin önem dereceleri öğrencilerden anket yoluyla toplanan veri ile belirlenmektedir.

Büyüközkan Feyzioğlu ve Uztürk (2017), sürdürülebilir depo seçimi için QFD yaklaşımını benimsemektedirler. Müşteri gereksinimlerini ortaya çıkarmakta uzman görüşlerinden ve literatürden yararlanmaktadırlar. Bulanık dilsek ölçek yardımıyla müşteri gereksinimlerinin önem dereceleri hesaplanmaktadır.

Can vd. (2017), havacılık endüstrisinde kullanılan bir elektronik kart tutucu sisteminin geliştirilmesinde QFD yaklaşımından yararlanmaktadır. Bu amaçla müşteri gereksinimlerinin listesi, tasarım mühendisi tarafından oluşturulmaktadır. Benzer şekilde tasarım mühendisi bulanık önem skalası kullanarak, gereksinimlerin göreceli ağırlıklarını belirlemektedir.

Toptancı ve Erginel (2017), inşaat sektöründe risk değerlendirmesi için QFD yönteminden yararlanmaktadır. Tehlike ile ilgili kalite evinde, müşterilerin sesi bölümü tehlike türlerinden oluşmaktadır. Tehlike türlerinin ortaya çıkarılmasında ve önem düzeylerinin belirlenmesinde HTEA (hata türü ve etkileri analizi) ve Pareto analizlerinden yararlanılmaktadır.

Baynal ve Sosyal (2018), sağlık kurumlarında müşterilere sunulan hizmet kalitesi alanında bir QFD uygulaması gerçekleştirmişlerdir. Müşterilerle gerçekleştirilen görüşmeler sonucu ve SERVQUAL modeli kullanılarak müşteri istekleri çalışmada belirlenmektedir. Müşteri isteklerinin önem dereceleri, müşterilere uygulanan anketler yardımıyla belirlenmektedir.

Yıldırım vd. (2019), kamu hizmet kalitesinin değerlendirilmesinde ve iyileştirilmesinde QFD yönetimini benimsemektedirler. Müşteri gereksinimlerini belirlemede ve ölçmede SERVQUAL ölçeği uygulanmaktadır. Anket sonucunda, ölçeğin faktörlerinin önem ortalamaları hesaplanarak müşteri gereksinimlerinin önem düzeyleri belirlenmektedir.

Büyüközkan ve Mukul (2019), QFD yaklaşımını kullanarak İstanbul için akıllı kentsel lojistik alanında çözümler önermektedirler. Çalışmada, kentteki lojistik için gereksinimleri literatür taraması ve uzman kişilerin fikirleri ile ortaya çıkarılmaktadır. Bulanık SAW yöntemi ile müşteri gereksinimlerinin önem dereceleri hesaplanmaktadır.

Altuntaş vd. (2019), havacılıkta bakım faaliyetleri için kullanılan bir ekipmanın tasarımı için QFD yöntemini uygulamaktadır. Ekipmanın kullanıcıları olan çalışanlarla yüz yüze görüşmeler yapılarak müşteri beklentileri ortaya çıkartılmaktadır. Ayrıca bu beklentilerin önem düzeylerinin belirlenmesinde AHP yönteminden yararlanılmaktadır.

Erdil (2019), tekstil endüstrisindeki ürünlerin yaşam döngüsünü QFD yöntemi ile incelemektedir. Endüstrideki uzman kişilerin görüşleri anket yardımıyla toplanılarak, müşteri gereksinimleri, bunların önem düzeyleri ve teknik gereksinimleri Türkiye'deki tekstil endüstrisinde belirlenmektedir.

Doğan ve Akbal (2020), hastaların hastaneden beklentilerinin anlaşılması için QFD yöntemini uygulamaktadır. Pediatri hastaları üzerinde yürütülen çalışmada, anket yardımıyla hastaların beklentileri ortaya çıkarılmaktadır. Bunun yanında AHP (analitik hiyerarşi süreci) yöntemi kullanılarak müşteri beklentilerinin önem dereceleri hesaplanmaktadır.

Öztürk ve Paksoy (2020), bir yumurta üretim tesisi için yeşil tedarikçi seçiminde QFD yaklaşımı ve DEMATEL yönteminden yararlanmaktadır. Tedarikçi seçiminde önemli olan müşteri gereksinimleri çalışmada, literatür tarama sonucunda ortaya konulmaktadır. QFD yönteminde kullanılacak kriter ağırlıklarının belirlenmesi ise DEMATEL ile gerçekleştirilmektedir.

Ömürgönülşen vd. (2020), yükseköğretimde bir lisans dersinin kalitesinin iyileştirilmesi amacıyla QFD yaklaşımından yararlanmaktadır. Öğrencilerin gereksinimlerin belirlenmesinde, geçmiş literatürden ve öğrencilerle yürütülen odak grup toplantılarının bulgularından yararlanılmaktadır. Gereksinimlerin önem derecesinin belirlenmesinde ise, Kano modelinin yanında, müşteri memnuniyeti ve memnuniyetsizliği anketlerinden yararlanılmaktadır.

Doşar ve Görener (2020), inşaat sektöründe kullanılan pergola/gölgelendirme üretimi gerçekleştiren bir işletmede ürün geliştirme ve süreç iyileştirme amaçlarıyla QFD yöntemini uygulamışlardır. Çalışmada müşteri ihtiyaçlarının belirlenmesinde müşteri temsilcilerinin görüşleri, müşteri şikayet ve deneyimleri, sergi ve fuarlardaki müşteri değerlendirmelerinden yararlanılmaktadır. Müşteri ihtiyaçlarının önem düzeyleri müşteri temsilcileri ve ihracat müdürün oluşturduğu uzman kişilerin değerlendirmeleri (1-5) sonucu ortaya çıkmaktadır.

Tatman (2020), tekstil sektöründe bornoz ürünü geliştirmek için QFD yöntemini uygulamıştır. Literatür taraması ve kullanıcılar ile yapılan anketler sonucunda çalışmada müşteri istekleri belirlenmektedir. Tüketicilerden elde edilen veri ile AHP yöntemi uygulanarak müşteri isteklerinin önem dereceleri hesaplanmaktadır.

Güler ve Kırış (2020), seramik sektöründe bir işletmede iyileştirme faaliyetlerini belirlemek için QFD uygulaması gerçekleştirmiştir. Seramik sofa gereçlerinden müşteri beklentileri ve bu beklerin önem düzeyleri müşteri anketleri ve müşteri görüşmeleri yardımıyla çalışmada ortaya çıkartılmaktadır.

Nardalı vd. (2020), uzaktan eğitim hizmetleri ile ilgili pazarlama faaliyetlerini belirleyebilmek için QFD yaklaşımını uygulamaktadır. Müşteri isteklerinin belirlenmesinde sektörel ve akademik yayınlardan çalışmada yararlanılmaktadır. Müşteri isteklerinin önem dereceleri anket yoluyla online eğitim alanlara değerlendirilmektedir.

Karakuş ve Çamlıca (2021), Kapadokya bölgesinin destinasyon imajının değerlendirilmesi ve iyileştirilmesi amacıyla QFD yöntemini benimsemektedir. Çalışmada, turizm alanında destinasyon imajı ile ilgili faktörler literatürden elde edilmektedir. Ayrıca akademisyenler, rehberler ve yerel yönetimde görevli kişilerden oluşan uzmanların görüşleri AHP yöntemi yardımıyla destinasyon imajı faktörlerinin önem derecelerinin hesaplanmasında kullanılmaktadır.

Daş vd. (2021), COVID-19 pandemisi döneminde uygulanan uzaktan eğitim sisteminin iyileştirilmesi amacıyla QFD yöntemini uygulamışlardır. Öğrencilere uygulanan anket yoluyla müşteri istekleri ortaya çıkartılmaktadır. Çalışmada müşteri isteklerinin önem derecesi araştırmacılar tarafından değerlendirilmektedir (1-10).

Abdalla (2022), istatistik lisans programının müfredatının oluşturulmasında QFD yönetiminden yararlanmaktadır. İşverenlerin çalışanlardan beklentileri, metin madenciliği kullanılarak internet üzerinde yer alan kariyer sitelerinden elde edilmektedir. Metin madenciliğindeki TF-IDF (terim frekansı ve ters belge frekansı) yöntemi ile işveren beklentilerinin önem dereceleri hesaplanmaktadır.

Ocak ve Gönül Sezer (2022), mühendislik öğrencilerinin gereksinimlerini ortaya koymak için QFD yaklaşımını uygulamaktadır. Öğrencilerin gereksinimlerinin listelenmesinde SERVQUAL hizmet kalitesi modeli ve geçmiş literatürden faydalanılmaktadır. Gereksinimlerin göreceli önem derecelerinin ortaya koyulması için, öğrencilerden anket yoluyla toplanan veri AHP analizine tabi tutulmaktadır.

Yıldırım vd. (2022), Türkiye’de inşaat endüstrisinde iş güvenliğinin iyileştirilmesinde QFD yönteminden yararlanılarak bir sistem önerisinde bulunmaktadırlar. Çalışmada, sebep sonuç (Ishikawa) diyagramı yardımıyla sistem gereksinimleri ortaya çıkartılmaktadır. Sistem ihtiyaçlarının önem düzeyi yazarların varsayımına göre seçilmektedir.

Altun vd. (2022), otonom sürüş yapabilen bir otomobil için ön koltuk ürününün tasarımında QFD yönteminden yararlanmaktadırlar. Müşteri gereksinimleri, literatür taraması ve beyin fırtınası teknikleri kullanılarak öncü kullanıcılar ve uzman kişilerin görüşleri ile ortaya çıkartılmaktadır. Bunun yanında bu gereksinimlerin önem düzeylerinin belirlenmesinde AHP yöntemi uygulanmaktadır.

Keskinoglu ve Camgöz Akdağ (2022), bir futbol takımının kaleci seçiminde QFD yaklaşımını uygulamaktadır. Kaleci için müşteri gereksinimleri, Football Manager 2022 bilgisayar oyunundan elde edilmektedir. Futbol kulübünün teknik adamları tarafından bu gereksinimler değerlendirilmekte ve AHP yöntemi ile önem düzeyleri hesaplanmaktadır.

İnşaat sektöründe kullanılan bir epoksi dolgu jeli ürün geliştirme sürecinde, Atuntaş ve Büyük (2022) bir QFD uygulaması yürütmüştür. Çalışmada, uygulamanın yapıldığı üretici işletmedeki pazarlama ve satış bölümü çalışanlarının ve bu işletmenin müşterilerinin görüşleri alınarak müşteri gereksinimlerinin listesi oluşturulmaktadır. Ürün konusunda uzmanlığı olan kişiler, müşteri gereksinimlerinin önem derecesini belirlemektedir.

Kayan Ürgün ve Çilingir Ük (2022), havayolları endüstrisinde hizmet kalitesinin iyileştirilmesinde QFD yaklaşımından yararlanmıştır. SERVQUAL modelinin bileşenleri müşteri gereksinimlerinin ortaya çıkarılmasında kullanılmaktadır. Çalışmada Kano modeli ile müşteri gereksinimleri sınıflandırılmaktadır. 5'li Likert tipi ölçeğinde uygulanan bir anket yardımıyla müşterilerin müşteri gereksinimlerine verdikleri önem düzeyleri ölçülmektedir.

Yılmaz ve Güneren (2023), sağlık turizminde turistik destinasyonların rekabet düzeylerinin incelenmesinde QFD yaklaşımından yararlanmaktadır. Çalışmada sağlık turizmi alanındaki uzmanlar, literatür taraması sonucu ortaya çıkan destinasyonların rekabet etmeleri için gerekli kriterleri içerik geçerliliği açısından değerlendirmektedir. Daha sonra AHP yardımıyla bu kriterlerin önem dereceleri hesaplanmaktadır.

BULGULAR

Çalışmada Türkiye'de QFD alanında yürütülen 57 çalışmanın sektör temelli dağılımı incelenmektedir. Çalışma kapsamında yürütülen literatür taraması 2023 Temmuz-Ağustos döneminde gerçekleşmiştir.

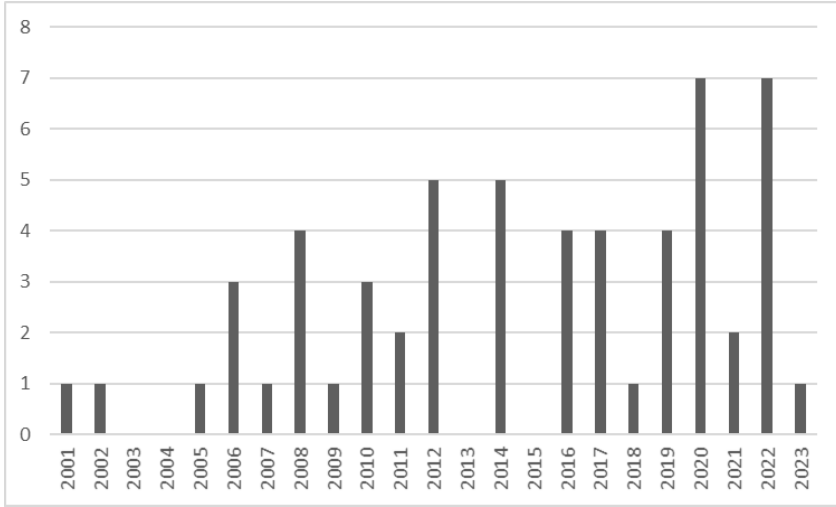
Tablo 1: Türkiye'de QFD Çalışmalarının Sektörlere Göre Dağılımı

Sektör	Frekans	%	Kümülatif %
Eğitim	10	17,54	17,54
İnşaat ve yapı malzemeleri	7	12,28	29,82
Elektronik ve iletişim	6	10,53	40,35
Turizm	5	8,77	49,12
Sağlık	4	7,02	56,14
Havacılık	3	5,26	61,40
Gıda	3	5,26	66,67
Tekstil	2	3,51	70,18
Perakendecilik	2	3,51	73,68
Restoran	2	3,51	77,19
Lojistik	2	3,51	80,70
Spor	2	3,51	84,21
Züccaciye	2	3,51	87,72
Diğer	7	12,28	100,00

QFD ile ilgili makale ve bildiriler Google Scholar arama motorunda arattırılmıştır. Arama sonucunda bulunan, ancak içeriğine ulaşamayan bazı

makaleler ve bildiriler araştırma kapsamına alınmamıştır. Tablo 1’de Türkiye’de yürütülen çalışmaların sektör temelli frekansları verilmektedir. İkiiden az sayıda frekansı olan sektörler diğer kategorisinde gruplanmaktadır. Bu kapsamda 7 çalışmanın sektörü diğer kategorisinde sınıflandırılmaktadır. Çalışmaların yarısına yakınının hizmet sektöründe yürütüldüğü görülmektedir. QFD alanında en çok çalışmanın eğitim alanında gerçekleştirildiği ortaya çıkmaktadır. Bunun yanında, inşaat ve yapı malzemeleri, elektronik ve iletişim, turizm ve sağlık endüstrilerinde kayda değer sayıda QFD uygulaması gerçekleştirilmiştir.

İncelenen 57 yayının yıllara göre dağılımı Şekil 2’de gösterilmektedir. 2008 yılı ve sonrasında bu alanda yapılan yayınların sayısının arttığı görülmektedir. 2001-2023 yılları arasında yılda ortalama 3 makale ya da bildiri QFD alanında Türkiye’de uygulama yapmıştır.



Şekil 2: Türkiye’de QFD Alanında Yayımlanan Makale ve Bildirilerin Yıllara Göre Dağılımı

Müşteri sesi ile ilgili QFD yönteminde iki aşamada araştırma gerçekleştirilmektedir. Birinci aşamada müşteri ihtiyaçları ortaya çıkartılmakta, ikinci aşamada ise bu ihtiyaçların önem derecesi belirlenmektedir. Türkiye’de gerçekleştirilen çalışmalarda, müşteri ihtiyaçlarının belirlenmesi aşamasında çeşitli kaynaklardan yararlanılmaktadır. İncelenen çalışmalarda kullanılan yaklaşımların sıklıkları Tablo 2’de verilmektedir. Aynı araştırmada birden fazla kaynaktan müşteri beklentilerinin araştırılması söz konusudur. Örneğin hem literatürden yararlanarak, hem de odak gruplar gerçekleştirilerek çalışmada müşteri gereksinimi listesi ortaya çıkarılabilmektedir. Çalışmaların üçte

birinden fazlasında, müşteri ihtiyaçları müşterilerle ve uzmanlarla gerçekleştirilen görüşmelerle belirlenmektedir. Uzman kişiler genellikle pazarlama alanında işletme çalışanlarından oluşmaktadır. Literatür taramasının da çalışmalarda sıklıkla kullanıldığı görülmektedir. Literatür taraması kategorisinin içinde olmasına rağmen SERVQUAL modeli, özellikle hizmet sektöründeki uygulamalarda kayda değer sıklıkta benimsenen bir yaklaşım olduğundan, ayrıca belirtilmektedir. Odak grupları ve anketler çalışmalarda sıkça veri toplamak için kullanılmaktadır. Genel olarak, müşteri gereksinimlerinin ortaya çıkarılmasında nitel araştırma veri toplama yöntemlerinin baskın olarak uygulandığı söylenebilir.

Tablo 2: Müşteri İhtiyaçlarının Ortaya Çıkarılmasında Kullanılan Yöntem ve Yaklaşımlar

Yöntem ve yaklaşım	Frekan s	%
Yüz yüze görüşme	20	35,09
Literatür taraması	18	31,58
Anket	10	17,54
Odak grupları	10	17,54
SERVQUAL modeli	6	10,53
Müşteri şikâyetleri	2	3,51
Metin madenciliği	1	1,75
Gemba	1	1,75
Sebepl sonuç diyagramı	1	1,75
HTEA	1	1,75
Beyin fırtınası	1	1,75
Bilgisayar oyunu	1	1,75

İkinci aşamada, çalışmalarda müşteri ihtiyaçlarının önem derecelerinin belirlenmesinde daha çok nicel yaklaşımlar benimsenmektedir. Tablo 3'te çalışmalarda kullanılan yöntemlerin dağılımları belirtilmektedir.

Tablo 3: Önem Derecelerinin Belirlenmesinde Uygulanan Yöntem ve Yaklaşımlar

Yöntem ve yaklaşım	Frekans	%
Anket	23	40,35
AHP	14	24,56
Bulanık sayılar ve yöntemler	5	8,77
Kano modeli	4	7,02
Metin madenciliği	1	1,75
DEMATEL	1	1,75
Pareto analizi	1	1,75
Yapısal eşitlik modellemesi	1	1,75
Müşteri şikâyet sıklığı	1	1,75

Müşterilere veya uzman kişilere uygulanan anketler önem derecelerinin belirlenmesinde en sıklıkla kullanılan yaklaşım olmuştur. Çalışmalarda genellikle bir önem ölçeği kullanılmakta, anket uygulaması sonucu müşteri gereksiniminin önem düzeyinin ortalaması alınarak QFD hesaplamalarında kullanılmaktadır. Çalışmaların dörtte birinden fazlasında AHP yöntemi ile önem dereceleri hesaplanmaktadır. Bunun yanında kayda değer araştırmada bulanık sayılar ve Kano modeli, önem derecelerinin belirlenmesinde kullanılmıştır.

Türkiye’de QFD’nin kullanım amaçları Tablo 4’te verilmektedir. Türkiye’deki QFD çalışmalarının önemli bir kısmının (%80,70) sistem iyileştirmesi, ürün tasarımı ve müşteri beklentileri ve gereksinimlerinin belirlenmesi amaçlarıyla yürütüldüğü görülmektedir.

Tablo 4: QFD Yönteminin Uygulama Amaçları

QFD uygulama amacı	Frekans	%
Sistem ve kalite iyileştirmesi	20	35,09
Ürün ve hizmet tasarımı	18	31,58
Müşteri beklenti ve gereksinimlerinin ortaya çıkarılması	8	14,04
Endüstri stratejisinin belirlenmesi	6	10,53
Tedarikçi seçimi	2	3,51
Diğer	3	5,26

SONUÇ

QFD yöntemi pazarlama alanında ele alınan müşteri odaklılığının sağlanmasında kullanılan yöntemlerden biridir. İşletmelerde ürün tasarımı ve iyileştirmelerin yapılmasında müşterilerin bakış açısının dikkate alınmasını

sağlayan 1960'lı yıllardan günümüze uygulanan sistematik bir yöntemdir. Başlangıç noktası müşterilerin görüşleri olan QFD, işletme içi içsel teknik bakış açısını ve rakipleri de dikkate alarak ürün tasarımı ve sistem geliştirmede uygulamacılara rekabet avantajı elde edebilecekleri somut öneriler sağlamaktadır.

Bu çalışmada QFD alanında 2001-2023 tarihleri arasında Türkiye'de yapılan makaleler ve bildiriler incelenmektedir. İncelenen 57 yayın Google Scholar üzerinden aratılmış ve içeriğine tam erişilebilen yayınlar analizlere dâhil edilmiştir. Bu nedenle çalışmanın bulgularının geçerliliği incelenen yayınlarla sınırlıdır.

Sektörler açısından bakıldığında Türkiye'de QFD tekniğinin çok çeşitli alanlarda uygulandığı görülmektedir. Araştırma kapsamında hizmet sektöründe QFD ile ilgili çalışmaların yaygınlaştığının ortaya çıkması şaşırtıcı olmuştur. İncelenen çalışmaların yarısına yakını eğitim, turizm ve sağlık gibi hizmet sektöründe olduğu görülmektedir.

QFD yönteminin ilk ve en önemli aşaması müşteri sesinin araştırılmasıdır. Türkiye'de yürütülen araştırmalar incelendiğinde müşteri isteklerinin ortaya çıkarılmasında yüz yüze görüşme, odak grupları ve geçmiş literatürden yararlanma gibi yöntem ve yaklaşımlar sıklıkla kullanıldığı görülmektedir. Ancak, çalışmaların büyük bir bölümünde bu yaklaşımların kullanıldığı tek bir cümle ile belirtilmekte, bunların nasıl gerçekleştirildiği yer almamaktadır. Bu durum söz konusu araştırmaların bulgularını zayıflatmaktadır. Odak grupları ve yüz yüze görüşme gibi yöntemler genellikle nitel araştırma tasarımlarında kullanılan veri toplama yöntemleridir. Nitel araştırma bulguları da nicel araştırmadaki gibi dikkatle analiz edilip raporlanmalıdır. Bu açıdan bakıldığında, QFD yöntemini uygulayan çalışmalarda pazarlama araştırması bilgisine sahip araştırmacılarla iş birliği yapılması daha iyi sonuçlar doğurabilir.

Müşteri ihtiyaç listesi oluşturulduktan sonra bunların önem derecesi belirlenmektedir. Türkiye'deki araştırmalarda anketler sonucu ortalamalar ve AHP yöntemleri önem derecelerinin hesaplanmasında en sık kullanılmıştır. Çalışmalarda önem derecelerinin nasıl belirlendiği daha detaylı olarak anlatılmaktadır.

Uygulamada, müşteri sesi ile ilgili en büyük sorun bazı çalışmaların müşteri görüşlerini dikkate almadan pazarlama birimi gibi işletme içi çalışanların bakış açısını kullanmasıdır. Müşterilerin sesi dolaylı olarak QFD yöntemine dâhil edilmektedir. Endüstriyel ürünler ve pazarlama da müşteri sayısının az olması ve çalışanların müşterilerle daha yakın iş birliğinde olması nedeniyle bu durum kısmen kabul edilebilir. Ancak tüketici pazarlarına yönelik QFD çalışmalarının

mümkün olduğunca tüketicilerin görüşlerini doğrudan dikkate almalarında müşteri odaklılık açısından fayda vardır.

Uygulama açısından bakıldığında, Çalışma sonucunda Türkiye’de yürütülen araştırmaların büyük oranda kalite ve sistem iyileştirmeleri, ürün geliştirme ve müşteri beklentilerinin anlaşılması amacıyla kullanıldığı görülmektedir. Bunların yanında pazar payının artırılması, araştırma geliştirme maliyetlerinin azaltılması (Akao ve Mazur, 2003) gibi amaçlarla QFD yöntemi uygulanabilir.

REFERANSLAR

1. Abdalla, S. (2022). Application of a Combined Approach of Text Mining and QFD Methodology Based on Single Valued Neutrosophic Numbers for Efficient Curriculum Design. *Alphanumeric Journal*, 10(2), 127-138.
2. Abu-Assab, S. (2012). *Integration of preference analysis methods into quality function deployment*. Wiesbaden: Gabler Verlag.
3. Akao, Y. (1990). *Quality function deployment: Integrating customer requirements into product design*. Massachusetts: Productivity Press.
4. Akao, Y., & Mazur, G. H. (2003). The leading edge in QFD: past, present and future. *International journal of quality & reliability management*, 20(1), 20-35.
5. Akbaba, A. (2005). Müşteri odaklı hizmet üretiminde kalite fonksiyon göçerimi (KFG) yaklaşımı: Konaklama işletmeleri için bir uygulama çalışması. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 16(1), 59-81.
6. Akkoyun, A. Y., & Özgen, D. (2016, Aralık). Analysis of factors that affect sustainable production by using fuzzy QFD method. In *LM-SCM 2016 XIV. International Logistics and Supply Chain Congress* (p. 266).
7. Altun, K., Berber Özcan, R., Kurt, R., Bektaş, E., Turan, S., & Korkmaz, V. (2022). Otonom sürüş için ön koltuk geliştirme: Yenilikçi ürün geliştirme vakası. *Gazi Üniversitesi Mühendislik Mimarlık Fakültesi Dergisi*, 37(3), 1441-1452.
8. Altuntaş, F., & Büyük, B. (2022). Bir ar-ge merkezinde kalite fonksiyon göçerimi (kfg) ile ürün geliştirme uygulaması. *Verimlilik Dergisi*, (3), 463-478.
9. Altuntaş, S., Dereli, T., & Özşalap, C. (2019). New product design for military aviation maintenance activities through quality function deployment (QFD). *Journal of the Faculty of Engineering and Architecture of Gazi University*, 34(4), 2187-2202.
10. Alpaykut, S. (2014). Kalite fonksiyon göçerimi'nde müşteri sesinin belirlenmesinde yapısal eşitlik modelinin kullanılması. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(1), 11-22.
11. Ardiç, K., Çevik, O., & Göktaş, Ş. (2008). Kalite fonksiyon göçerimi (GOP) Üniversitesinde bir uygulama). *Akademik İncelemeler Dergisi*, 3(2), 111-139.
12. Aytaç, E., Özdemir, M., & Bekçioğlu, S. (2012). Ürün tasarım sürecinde bulanık kalite fonksiyon göçerimi ve bulanık hata türü ve etkileri analizinin kullanımı. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 12(23), 51-80.

13. Barutçu, S. (2006). Quality function deployment in effective website design: an application in e-store design. *Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 7(1), 41-63.
14. Baynal, T., & Sosyal, A. (2018). Sağlık Kurumlarında Hastaların Sesine Odaklı Hizmet Sunumu: Kalite Evi. *Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi*, 21(3), 577-600.
15. Büyüközkan, G., & Mukul, E. (2019). Evaluation of smart city logistics solutions with fuzzy MCDM methods. *Pamukkale Üniversitesi Mühendislik Bilimleri Dergisi*, 25(9), 1033-1040.
16. Büyüközkan Feyzioğlu, G., & Uztürk, D., (2017). *Combined QFD TOPSIS Approach with 2-Tuple Linguistic Information for Warehouse Selection* . IEEE International Conference on Fuzzy Systems (FUZZ-IEEE), Naples, Italy
17. Can, G. F., Atalay, K. D., & Eraslan, E. (2017). Bulanık kalite fonksiyon yayılımı (BKFY) temelli tasarım geliştirme yaklaşımı. *Journal of Turkish Operations Management*, 1(1), 51-66.
18. Çalıpnar, H., & Sosyal, M. (2010). Kalite fonksiyon yayılımı yönteminin GSM operatöründe uygulanması. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 28(2), 95-115.
19. Chan, L.K. & Wu, M. L. (2002). Quality Function Deployment: A Comprehensive Review of its Concepts and Methods. *Quality Engineering*, 15(1), 23-35.
20. Daş, G. S., TÜRKER, A. K., Aktepe, A., Nilay, A. Y., & ALICI, İ. (2021). Kalite Fonksiyon Göçerimi ile COVID-19 Pandemisinde Uzaktan Eğitimin İyileştirilmesi. *International Journal of Engineering Research and Development*, 13(3), 161-171.
21. Delice, E. K., & Güngör, Z. (2008). Müşteri isteklerinin sınıflandırılmasında kano model uygulaması. *Akademik Bilişim*, 30, 193-198.
22. Demirbağ, Ş., & Çavdar, E. (2016). Use of the Kano's model in the quality function deployment planning matrix. *Ege Academic Review*, 16(2), 211-226.
23. Doğan, N. Ö., & Akbal, H. (2020). Identification and evaluation of the ways of meeting patients' expectations from a hospital: An AHP-weighted QFD case study in a pediatric hospital. *Istanbul Business Research*, 49(2), 224-247.
24. Doğan, Ö. İ., & Arıcan, R. İ. (2008). İlaç sektöründe kalite fonksiyon göçerimi (KFG) matrisinin oluşturulması. *Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 9(1), 107-123.

25. Doğan, N. Ö., & Karakuş, Y. (2014). KFG-AHP bütünleşik yönetmi kullanılarak turizm sektöründe hizmet kalitesinin değerlendirilmesi: Göreme Açık Hava Müzesi üzerine bir uygulama. *Suleyman Demirel University Journal of Faculty of Economics & Administrative Sciences*, 19(3), 169-194.
26. Doğu, E., & Özgürel, B. (2008). Kalite fonksiyon göçerimi ile bireysel emeklilik sistemleri pazarlayan sigorta şirketlerinin teknik özelliklerinin incelenmesi üzerine bir çalışma. *Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 9(1), 33-45.
27. Doşar, G., & Görener, A. (2020). Ürün geliştirme süreçlerinde kalite fonksiyon göçeriminin uygulanması. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(37), 269-292.
28. Erdil, A. (2019). An evaluation on lifecycle of products in textile industry of turkey through quality function deployment and pareto analysis. *Procedia Computer Science*, 158, 735-744.
29. Gonzalez, M. E., Quesada, G. ve Mueller, R. (2004). QFD strategy house: an innovative tool for linking marketing and manufacturing strategies. *Marketing Intelligence & Planning*, 22(3), 335-348.
30. Göloğlu, C. ve Aydoğan, B. (2014, Mayıs). *Kalite fonksiyon yayılımı (KFY) ile ürün geliştirme süreci*. I. Uluslararası Endüstriyel Tasarım Mühendisliği Sempozyumu (ISIDE14), Karabük.
31. Göloğlu, C., & Sezeröğlu, A. (2007). Endüstriyel ürün geliştirmede kalite fonksiyon yayılımı uygulaması. *Teknoloji*, 10(1), 49-59.
32. Griffin, A. ve Hauser, J. R. (1993). The voice of the customer. *Marketing Science*, 12 (1), 1-27.
33. Gülçiçek, B., & Sofyalıoğlu, Ç. (2014). Bulanık kalite fonksiyon göçerimi ile hata türü ve etkileri analizinin bir ambalaj firmasında uygulanması. *Yönetim ve Ekonomi*, 21(2), 73-97.
34. Güler, A. K., & Kırış, Ş. (2020). Seramik sektöründe kalite fonksiyon göçerimi ve çok seçenekli konik hedef programlama bütünleşik yaklaşımı. *Endüstri Mühendisliği*, 31(3), 439-459.
35. Güllü, E. ve Ulcay, Y. (2002). Kalite fonksiyonu yayılımı ve bir uygulama. *Uludağ Üniversitesi Mühendislik-Mimarlık Fakültesi Dergisi*, 7 (1), 71-91.
36. Han, S. B., Chen, S. K., Ebrahimpour, M., Sodhi, M. S. (2001). A conceptual QFD planning model. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 18 (8), 796-812.
37. Hauser, J. R. ve Clausing, D. (1988). The House of Quality. *Harvard Business Review*, 3(May/June), 63-73.

38. Karakus, Y., & Çamlıca, K. (2021). Evaluating and improving the destination image through QFD-AHP integrated method: Example of Cappadocia. *Revista Turismo Estudos e Práticas-RTEP/UERN*, 10(1), 1-17.
39. Karpuz, U., Testik, M. C., & Pakdil, F. (2012). Fast food işletmelerinde mal ve hizmet kalitesinin artırılması için kalite fonksiyon yayılımı uygulaması. *Verimlilik Dergisi*, (2), 87-104.
40. Kayan Ürgün, G. & Çilingir Ük, Z. (2022). Hizmet Kalitesi İyileştirilmesinde Servqual ve Kano Modellerinin KFY ile Bütünleştirilmesi: Havayolu Sektöründe Bir Uygulama. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6 (2) , 554-580.
41. Kazemzadeh, R. B., Behzadian, M., Aghdasi, M., Albadvi, A. (2009). Integration of marketing research techniques into house of quality and product family design. *The International Journal of Advanced Manufacturing Technology*, 41(9/10), 1019-1033.
42. Kelesbayev, D. (2014). Türk dünyasının eğitim sisteminde ortak mesele: Kalite. *Uluslararası Türkçe Edebiyat Kültür Eğitim (TEKE) Dergisi*, 3(2), 291-306.
43. Keskinoglu, M., & Akdağ, H. C. (2022, October). Using AHP Method and QFD for Selection of a Goalkeeper in a Football Team. In *The International Symposium for Production Research* (pp. 100-115). Cham: Springer International Publishing.
44. Kılıç, B., & Babat, D. (2011). Kalite fonksiyon göçerimi: yiyecek içecek işletmelerine yönelik kuramsal bir yaklaşım. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2011(1), 93-104.
45. Kim, K. J., Cho, H.-W, Jeong, I., Lim, I. G. (2003). A Synopsis of Recent Methodological Enhancements on Quality Function Deployment. *International Journal of Industrial Engineering*, 10(4), 462-466.
46. Kohli, A. K., & Jaworski, B. J. (1990). Market orientation: The construct, research propositions, and managerial implications. *Journal of Marketing*, 54(2), 1-18.
47. Mohr-Jackson, I. (1996). Quality function deployment: A valuable marketing tool. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 4 (3), 60-67.
48. Nardalı, S., Ergenç, E. & Kırbaç, G. (2020). Online (uzaktan) eğitim hizmetlerinin pazarlanmasında kalite fonksiyon göçerimi uygulaması. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 25 (4) , 557-568.

49. Ocak, Z. & Gönül Sezer, E. D. (2022). An integrated approach to identify engineering student requirements. *Sigma Journal of Engineering and Natural Sciences*, 40(3), 568-576.
50. Olcay, Y., & Esin, N. (2011). Toplu konut üretiminde kullanıcı tatmini yönelimli bir veri toplama modeli: kalite fonksiyon yayılımı. *İTÜDERGİSİ/a*, 9(2), 71-82.
51. Ömürgönülşen, M., Eryiğit, C., Tektaş, Ö. Ö., & Soysal, M. (2020). Enhancing the quality of a higher education course: quality function deployment and kano model integration. *Yükseköğretim Dergisi*, 10(3), 312-327.
52. Öter, Z., & Tütüncü, Ö. (2001). Turizm işletmelerinde kalite fonksiyon göçerimi: seyahat acentelerine yönelik varsayımsal bir yaklaşım. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3(3), 95-117.
53. Özgen, Ö., Duman, S., & Atrek Demirel, B. (2009). Müşteri gereksinimlerinin müşteri ilişkileri yönetimine aktarılması: Modern kalite fonksiyon göçerimi uygulaması. *İktisat İşletme ve Finans*, 24(283), 89-117.
54. Öztürk, M., & Paksoy, T. (2020). A combined DEMATEL-QFD-AT2 BAHF approach for green supplier selection. *Journal of the Faculty of Engineering and Architecture of Gazi University*, 35(4), 2023-2044.
55. Özveri, O., & Karpat Türksever, T. (2006). Kalite fonksiyon yayılımının (KFY) dekoratif cam üretimine uygulanması. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(4), 234-246.
56. Skinner, W. (1986). The productivity paradox. *Harvard Business Review*, 64, 55-59.
57. Sofyalıoğlu, Ç., & Tunail, İ. (2012). Use of the Kano's Model in the Quality Function Deployment Planning Matrix. *Ege Academic Review*, 12(1), 125-135.
58. Sullivan, L. P. (1986). Quality Function Deployment: A System to Assure that Customer Needs Drive the Product Design and Production Process. *Quality Progress*, 19(6), 39-50.
59. Tatman, D. (2020). Bornoz Ürün Geliştirmede Analitik Hiyerarşi Prosesi ve Kalite Fonksiyon Göçerimi Uygulaması. *Tekstil ve Mühendis*, 27(119), 166-177.
60. Toptancı, Ş., & Erginel, N. (2017). Hata türü ve etkileri analizi ve kalite fonksiyon yayılımı ile bir inşaat firması için risk değerlendirmesi. *Mühendislik Bilimleri ve Tasarım Dergisi*, 5, 189-199.
61. Trott, P. (2008). *Innovation management and new product development*. Harlow: Prentice Hall.

62. Tunca, M. Z., & Bayhan, M. (2012). Kalite fonksiyon göçerimi yönteminin tedarikçi seçiminde kullanımı. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (11), 53-69.
63. Türkan, Y. S., & Aydoğmuş, H. Y. (2016). Kalite Fonksiyon Yayılımı ile Bir Uzaktan Eğitim Sisteminin Değerlendirilmesi ve İyileştirilmesine Yönelik Bir Uygulama. *İstanbul Aydın Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2(1), 59-76.
64. Ustasüleyman, T., & Çelik, P. (2016). *Bütünleşik kalite fonksiyon göçerimi ve bulanık regresyon yaklaşımı: Sanal mağaza örneği*. Uluslararası Katılımlı 16. Üretim Araştırmaları Sempozyumu, İstanbul.
65. Uysal, M. P., Sakarya, F., & Erun, T. (2012). Kalite fonksiyon yayılımı yönteminin e-öğrenme geliştirme süreçlerine uyarlanması. *Eğitim Teknolojisi Kuram ve Uygulama*, 2(2), 60-73.
66. Üçler, Ç., Vayvay, Ö. ve Çobanoğlu, E. (2006). Customer-focused product development and a case study in Turkish refrigerator market. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi* 10 (2), 81-97.
67. Ünal, A., & Yıldız, M. S. (2017). Kütüphane hizmetlerinin iyileştirilmesinde kalite fonksiyon göçerimi uygulaması: Düzce Üniversitesi merkez kütüphanesi örneği. *Journal of Management & Economics Research*, 15(1), 101-125.
68. Yapraklı, T. Ş., & Güzel, D. (2010). Sağlık sektöründe bir kalite fonksiyonu göçerimi uygulaması. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 10(19), 456-476.
69. Yenginol, F. (2008). Neden kalite fonksiyon" göçerimi"? *Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 9(1), 7-15.
70. Yıldırım, N., Gultekin, D., Tilkici, D., & Ay, D. (2022). An institutional system proposal for advanced occupational safety and labor standards in the Turkish construction industry. *International journal of environmental research and public health*, 19(22), 15113.
71. Yılmaz, V., & Güneren, E. (2023). Determining destination competitiveness in medical tourism: A study based on AHP-QFD framework. *Journal of multidisciplinary academic tourism*, 8(2), 141-157.
72. Yıldırım, K. E., Yıldırım, A., & Ozcan, S. (2019). Integrated usage of the SERVQUAL and quality function deployment techniques in the assessment of public service quality: the case of Ardahan Municipality. *Business and Economics Research Journal*, 10(4), 885-901.
73. Yıldız, M. S., & Baran, Z. (2011). Kalite fonksiyon göçerimi ve homojenize yoğurt üretiminde uygulaması. *Ege Akademik Bakış*, 11(1), 59-72.

30. Bölüm

Yeşil Dönüşüm: Endüstri 5.0'ın Sürdürülebilir İşletmelere Etkisi

Mustafa YURTSEVER¹

¹ Öğr. Gör. Dr.; Dokuz Eylül Üniversitesi Bilgi İşlem Dairesi.
mustafa.yurtsever20@gmail.com ORCID No: 0000-0003-2232-0542

ÖZET

Bu çalışma Endüstri 5.0'ın yeşil dönüşüm ve sürdürülebilirlik prensipleriyle nasıl entegre edilebileceğini incelemektedir. Endüstri 5.0'ın teknolojik gelişmeleri, üretim süreçlerini daha çevre dostu ve kaynakları daha verimli kullanabilen şekilde dönüştürme potansiyeli sunmaktadır. Bu bölümde, teknolojik yeniliklerin nasıl sürdürülebilir üretim yaklaşımlarını destekleyebileceği, endüstrinin çevresel etkilerini nasıl azaltabileceği ve gelecekteki üretim sistemlerinin daha yeşil ve sürdürülebilir hale getirilmesine nasıl katkıda bulunabileceği tartışılmaktadır. Bu kapsamda Endüstri 5.0'ın yeşil dönüşüme katkıları, akıllı fabrikalarda yeşil üretim yaklaşımları, nesnelerin interneti ve büyük verinin enerji ve kaynak yönetimi alanları ile döngüsel ekonomi içerisindeki yeri araştırılmıştır.

Bu kapsamlı inceleme, endüstri profesyonelleri, araştırmacılar ve karar alıcılar için Endüstri 5.0'ın çevresel sürdürülebilirlik hedefleriyle nasıl uyumlu hale getirilebileceği konusunda önemli bir yol haritası sunmaktadır.

Anahar Kelimeler: Endüstri 5.0, Sürdürülebilirlik, Yeşil Dönüşüm, Döngüsel Ekonomi, Nesnelerin İnterneti, Büyük Veri

GİRİŞ

Endüstri 5.0, geleneksel üretim yaklaşımlarını dijital teknolojilerle birleştirerek üretim süreçlerini daha esnek, verimli ve akıllı hale getiren bir kavramdır. Endüstri 5.0, endüstrinin istihdam ve büyümenin ötesinde toplumsal hedeflere ulaşma, üretimi gezegenimizin sınırlarına saygı duymasını sağlayarak ve endüstri çalışanının refahını üretim sürecinin merkezine yerleştirir (Xu vd., 2021). Endüstri 5.0; yapay zeka, nesnelerin interneti, büyük veri ve otomasyon gibi teknolojilerin entegrasyonu ile üretim süreçlerinin yönetilmesini ve optimize edilmesini sağlar. Üretim hatlarının esnekliği ve verimliliği artırılarak, küçük seri üretimler ve özelleştirilmiş ürünler daha kolay hale gelir. Ayrıca, Endüstri 5.0, üretim ekipmanlarının ve ürünlerin dijital yansımaları olan dijital ikizlerin kullanımını teşvik eder, bu da ürün tasarımıyla bakımına kadar tüm süreçlerin daha iyi izlenmesine ve yönetilmesine olanak sağlar. Endüstri 5.0'ın temel amacı, işletmelerin daha sürdürülebilir, çevre dostu ve rekabetçi üretim yöntemleri geliştirmesine yardımcı olmaktır. Sürdürülebilirlik konusunda liderlik yapma çabaları ve gezegenin sınırlarına saygı gösterme, yetenekleri, çeşitliliği ve güçlendirmeyi teşvik eder (Huang vd., 2022).

Endüstri 5.0, üretim sektöründe dijital dönüşümün en son evresini temsil eder ve geleneksel üretim modellerini temelden değiştirme potansiyeli taşır. Bu yaklaşımın temel ilkeleri, insana odaklanma ve teknoloji ile insanın iş birliği içinde çalışmasını esas alır. İşletmeler için bu, üretim süreçlerinin daha esnek, verimli ve akıllı hale getirilmesi anlamına gelir. Endüstri 5.0, otomasyon ve robotik sistemlerin yanı sıra yapay zeka ve büyük veri analitiğini de içerir. İşletmeler aynı zamanda, verileri toplayarak analiz etmek suretiyle daha iyi kararlar alabilir, üretim süreçlerini optimize edebilir ve enerji verimliliğini artırabilirler. Endüstri 5.0, işletmelerin rekabetçiliklerini artırmalarına ve daha sürdürülebilir üretim yöntemleri geliştirmelerine yardımcı olurken, insan-robot işbirliği sayesinde iş güvenliğini artırarak işçi sağlığını koruma amacını da taşır.

Sürdürülebilirlik, mevcut ihtiyaçların karşılanmasıyla gelecek nesillerin ihtiyaçlarını da gözeten doğal kaynakların korunması ve dengeli bir şekilde kullanılması ilkesini temsil eder. Bu kavram, çevresel, ekonomik ve sosyal alanlarda dengeyi sağlama amacı taşır. Sürdürülebilirlik, çevrenin tahribatını sınırlandırarak ekosistemlerin ve biyoçeşitliliğin korunmasını hedefler. Ekonomik sürdürülebilirlik, kaynakların etkin ve verimli kullanılmasını teşvik ederek gelecekteki nesiller için kaynakları koruma amacı güder. Sosyal sürdürülebilirlik ise toplumların refahını artırmak, eşitsizlikleri azaltmak ve insan haklarını korumak için çaba gösterir. Sürdürülebilirlik, işletmelerin ve toplumun geleceğini şekillendirirken, uzun vadeli düşünmeyi, yenilikçi çözümleri ve kaynakları etkin kullanmayı gerektiren evrensel bir prensiptir.

Sürdürülebilirlik, işletmeler için günümüzde giderek daha büyük bir önem taşıyor. Artan çevresel farkındalık ve kaynakların kısıtlı olduğu gerçeği, işletmeleri daha sürdürülebilir ve çevre dostu uygulamalar benimsemeye teşvik ediyor. Sürdürülebilirlik, işletmelerin operasyonlarını çevresel etkileri minimize edecek şekilde düzenlemesini gerektirirken, aynı zamanda sosyal ve toplumsal sorumlulukları da göz önünde bulundurmasını sağlar. Sürdürülebilir iş uygulamaları, işletmelere uzun vadeli rekabet avantajı sağlayabilir, enerji ve kaynak maliyetlerini azaltabilir, tedarik zinciri risklerini azaltabilir ve marka değerini artırabilir. İşletmeler, sürdürülebilirlik stratejileri ile hem kendi karlılıklarını artırabilir hem de topluma ve gezegenimize daha iyi bir katkı sağlama fırsatını elde ederler. Endüstri 5.0' da bu noktada sürdürülebilirlik için yeni fırsatlar sunuyor. Endüstri 5.0, sürdürülebilirliği teşvik etmek için toplum ve endüstrinin rolünden yararlanan endüstri 4.0'ı tamamlayıcı amaçla ortaya çıkmıştır (Ghobakhloo vd., 2022).

Endüstri 5.0

Endüstri 5.0, Endüstri 4.0'ın kapsadığı unsurları yani nesnelerin internetini, büyük veriyi, blok zincirini ve benzeri dijital teknolojileri bir araya getirerek, insan odaklı bir üretim anlayışını temsil eder. Endüstri 4.0 bu teknolojileri genellikle verimliliği artırmak için kullanırken, Endüstri 5.0 insanın özgün özelliklerine odaklanır (Aslam vd., 2020). Endüstri gelişimine ait şekle bakıldığında son aşamada insan odaklı bir yaklaşıma geçişi ifade etmektedir.



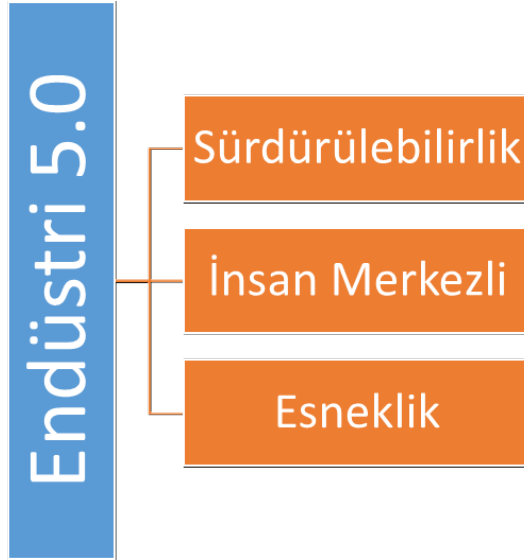
Şekil 1: Endüstri Devrimi süreçleri

Endüstri 5.0, imalat süreçlerine insan odaklı bir yaklaşım getirmeyi amaçlamaktadır. Bilişsel hesaplama gibi teknolojiler, her endüstri çalışanını imalat görevleri sırasında destekleyebilir. Bu, insan hatalarını en aza indirmeye, çalışanların fiziksel görevleri yerine getirme ihtiyacını azaltmaya ve koşulları iyileştirmeye yardımcı olabilir.

İmalat endüstrisinin sürdürülebilirliğini artırmayı hedeflemektedir. Dünya Ekonomik Forumu, küresel üretim ve imalatın dünya enerjisinin %54'ünü tükettiğini ve %20'sini emisyon olarak yaydığını belirtti. Bu nedenle, Endüstri

5.0'ın amaçlarından biri, üreticilerin ve hükümetlerin çevresel hedeflerini karşılamalarına yardımcı olmaktır.

Önceki aşama olan Endüstri 4.0, otomasyon teknolojilerinin, Nesnelerin İnternetinin ve akıllı fabrikaların ortaya çıkmasıyla anılır. Endüstri 5.0 ise bir sonraki adımı atar, bu da giderek güçlenen ve hassaslaşan makineler ile insanın benzersiz yaratıcı potansiyeli arasındaki iş birliğini değerlendirmeyi içerir. Bu açıdan insan-makine simbiyozuna doğru evrimsel bir adım olarak nitelendirilebilir (Nahavandi, 2019). Bu noktada Endüstri 5.0'ın ana unsurları ifade eden şekil aşağıda gösterilmektedir.



Şekil 2: Endüstri 5.0'ın ana unsurları

Endüstri 5.0, şirketlerin ekonomik modelini ve işletmelerini nasıl çalışması konusunda yeni öngörüler sunmaktadır. Sürdürülebilirlik doğal kaynakların yeniden kullanımını ve geri dönüşümünü mümkün kılan döngüsel süreçlerin uygulanması, atık ve çevresel zararı azaltma, enerji yönetimini optimize etme ve üretim süreçlerimizin verimliliğini artırma ile ilgilidir. Bu, gelecek nesillere daha iyi bir dünya bırakmayı sağlamak adına önemli bir adımdır. Bu nedenle şirketlerin daha sürdürülebilir bir gelecek sağlayan insanlara ve süreçlere yatırım yapmaları gerekmektedir. Ayrıca çalışanlarının ömür boyu öğrenmelerine yatırım yapan işverenler, daha yüksek düzeylerde katılım, verimlilik ve karlılık görmeye daha yatkındır. Bu hem şirketler için iyi bir

durumdur hem de topluma fayda sağlar, çünkü herkes için daha fazla fırsatın olduğu daha güçlü topluluklara yol açar.

Endüstri 5.0, üretim süreçlerinin ve teknolojinin, insanların ihtiyaçlarına ve yeteneklerine odaklanan bir yaklaşımla şekillendiği bir dönemi ifade eder. Bu yaklaşım, insanları sadece üretim süreçlerinin bir parçası olarak değil, aynı zamanda karar alma ve tasarım süreçlerinin merkezinde aktif oyuncular olarak görür. İnsan merkezli Endüstri 5.0, teknolojinin insanların yaşamını zenginleştirmek, işlerini kolaylaştırmak ve daha sürdürülebilir bir gelecek inşa etmek için kullanıldığı bir vizyon sunar. Bu yaklaşım, insanların potansiyellerini en üst düzeyde kullanmalarına olanak tanırken, teknolojinin insan yaşamına uyumlu ve faydalı bir şekilde entegre edilmesini hedefler.

Endüstri 5.0'ın esneklik özelliği, üretim süreçlerinin ve sistemlerinin dinamik ve uyarlanabilir bir şekilde tasarlandığı bir yaklaşımı ifade eder. Bu yaklaşım, üretimdeki değişen talepler, teknolojik gelişmeler ve pazar koşullarına hızla adapte olabilme yeteneğini vurgular. Endüstri 5.0'ın esneklik anlayışı, üretim süreçlerini daha hızlı, verimli ve özelleştirilebilir hale getirerek şirketlerin talep dalgalanmalarına daha iyi cevap vermesine imkân tanır. Bu esneklik, üretim sistemlerinin daha çeşitli ürünleri üretme yeteneği, üretim hattının kolayca yeniden düzenleme ve üretim süreçlerinin verimliliğini artırmak amacıyla sürekli iyileştirme yapabilme kabiliyetini içerir. Böylece, Endüstri 5.0'ın esneklik özelliği, şirketlerin değişen koşullara hızla uyum sağlama yeteneğini güçlendirerek rekabet avantajı elde etmelerine yardımcı olur.

Endüstri 5.0'ın Yeşil Dönüşüme Katkıları

Çevreye verilen zararın en aza indirilmesi, sürdürülebilir büyüme ve yeşil enerjiye geçiş günümüzde gündemde olan konulardır. Yeşil dönüşüm, çevresel sürdürülebilirliği ve kaynak verimliliğini merkezine alan kapsamlı bir yaklaşımdır. Yeşil kalkınma, gelişmiş üretim, yaşanabilir yaşam ve güzel ekolojiye ulaşmanın temel yolu olduğu kadar, karbon tepe noktasına ve karbon nötrlüğüne ulaşmanın da anahtarıdır (Liu vd., 2021). Bu kavram, endüstri, enerji, ulaşım ve diğer sektörlerde çevre dostu uygulamaların benimsenmesini ve geleneksel yöntemlerin daha çevre dostu ve yenilenebilir alternatiflerle değiştirilmesini amaçlar. Yeşil dönüşüm, sera gazı emisyonlarını azaltmayı, enerji verimliliğini artırmayı, atık yönetimini geliştirmeyi ve doğal kaynakların sürdürülebilir kullanımını teşvik etmeyi hedefler. Bu dönüşüm sadece çevre üzerinde olumlu etkiler yaratmakla kalmaz, aynı zamanda ekonomik büyümeyi destekleyebilir ve gelecek nesiller için daha yaşanabilir bir dünya yaratma yolunda önemli adımlar atmaya amaçlar.

Doğal dengenin korunması adına işletmelerin faaliyetlerini sürdürürken en düşük seviyede çevresel zarar oluşturmayı amaçlayan yeşil işletmecilik anlayışı, çevresel sürdürülebilirliği temel alan modern bir yaklaşımdır. Bu yaklaşım, üretim, insan kaynakları yönetimi, pazarlama, finans ve Ar-Ge faaliyetlerinin tümünde çevre odaklı bir bakış açısı benimseyerek işletmelerin etkisini minimize etmeyi hedefler (Şenocak ve Bursalı, 2018). Yeşil dönüşüm, son zamanlarda iş çevresinde sıkça konuşulan ve duyulan yaygın bir terimdir. Geçen on yılda bu konuya büyük bir odaklanma olmuş ve birçok kuruluş, daha çevreci hale gelmeye ve işlerini gerçek anlamda sürdürülebilir hale getirmeye çalışmıştır. İşletmelerin yeşil dönüşüm hakkında anlaması gereken üç temel unsur vardır.

- **Yönetim Anlayışı Değişimi**

Sürdürülebilir bir kuruluş haline gelmek, uzun soluklu bir süreçtir. Bu, değişim ve fark yaratma fırsatı olarak görülmelidir. Ancak, değişim çok korkutucu bir kavram olarak algılanabilir. Her şey, nasıl yönetildiğine bağlıdır. İşte burada "değişim yönetimi" kavramı ön plana çıkar. Bir kuruluşun teknolojilerinin, süreçlerinin ve kültürünün dönüşümüne yaklaşmanın yolunu temsil eder.

- **Teknoloji Yatırımı**

Daha sürdürülebilir bir hale geçmeyi amaçlayan bir kuruluş için teknoloji, önemli bir rol oynayacaktır çünkü dönüşümü kolaylaştırmada yardımcı olacaktır. Bu nedenle, yeni araçları ve teknolojileri kullanmak son derece önemlidir. Kuruluşlar, temel sistemlerini modernize etmelerine imkân sağlayacak bir teknoloji yatırım stratejisine odaklanmalıdır.

- **Şirket Kültürü**

Sürdürülebilir bir şirket olmanın değerlerini, bilgisini ve faydalarını neden önemli olduğunu içselleştirmeniz gerekmektedir. Bu nedenle, çalışanlarınızı eğitmek, yeşil dönüşüm konusunda herhangi bir işletmenin temelini oluşturur ve organizasyonunuzun başarılı bir yeşil dönüşüm için temel itici güçlerinden biri olacaktır.

İşletmelere yeşil dönüşümün sağlayabileceği katkıları aşağıdaki sıralanabilir.

- **Rekabet Üstünlüğü:** Yeşil dönüşüm, sürdürülebilirlik ilkelerini benimseyen işletmelere rekabet avantajı sağlayabilir. Çevreye duyarlı ve enerji-verimli uygulamalar, potansiyel müşterilerin ve paydaşların ilgisini çekebilir.
- **Maliyet Tasarrufu:** Enerji verimliliği, atık azaltımı ve kaynak kullanımının optimize edilmesi gibi yeşil uygulamalar, işletmelerin

maliyetlerini düşürebilir. Uzun vadede daha az enerji tüketimi ve atık yönetimi sayesinde tasarruf elde edilebilir.

- **Yenilikçilik ve İnovasyon:** Yeşil dönüşüm, yeni çevre dostu ürünler ve hizmetler geliştirme fırsatlarını teşvik edebilir. Bu, işletmelerin pazarda daha yenilikçi ve talep gören bir konuma gelmelerine yardımcı olabilir.
- **İşveren Markası İyileştirmesi:** Sürdürülebilirlik odaklı işletmeler, çalışanlar arasında daha çekici bir işveren olarak kabul edilebilir. Çalışanlar, çevreye duyarlı bir işletmede çalışmanın gururunu yaşayabilir.
- **Yasal Uyum ve İtibar:** Çevre mevzuatına uyum, işletmelerin yasal sorunlardan kaçınmasına ve olumlu bir işletme itibarı oluşturmaya yardımcı olabilir.
- **Uzun Vadeli Sürdürülebilirlik:** Doğal kaynakların korunması ve çevresel etkilerin en aza indirilmesi, işletmelerin gelecekteki sürdürülebilirliğini güvence altına alabilir.
- **Tedarik Zinciri Yönetimi:** Tedarikçilerden başlayarak tedarik zincirinin her aşamasında çevresel ve sosyal etkileri azaltmak, işletmelerin daha etik ve sürdürülebilir bir tedarik zinciri yönetmelerine yardımcı olabilir.
- **Düzenleyici ve Finansal Teşvikler:** Birçok ülke, çevre dostu uygulamalara yönelik düzenleyici ve finansal teşvikler sunar. Bu teşvikler, yeşil dönüşüm sürecini desteklemek için kullanılabilir.
- **Uzun Vadeli Müşteri Bağlılığı:** Çevresel sorumlulukları benimseyen işletmeler, çevre bilincine sahip müşteriler arasında uzun vadeli bağlılık oluşturabilir.
- **Kriz Dayanıklılığı:** Sürdürülebilir iş uygulamaları, işletmelerin çevresel veya toplumsal krizlere karşı daha dayanıklı hale gelmelerine yardımcı olabilir.

Endüstri 5.0, yeşil dönüşümün hızlandırılmasında önemli bir rol oynuyor. Yeşil imalatın nihai hedefi, tasarım, işleme, paketlenme, nakliye ve üretimde ürünlerin kullanımı dahil olmak üzere ürün yaşam döngüsündeki çevresel etkiyi ve kaynak tüketimini en aza indirmektir. Dünyadaki çoğu ülke, imalat sanayinin sürdürülebilir kalkınma hedefine ulaşmak için imalat sanayinde yeşil dönüşüm gerçekleştirmiştir (Liu vd., 2023). Dijitalleşme ve akıllı üretim teknolojileri, endüstriyel süreçlerin daha sürdürülebilir ve çevre dostu hale getirilmesine olanak sağlıyor. Üretim hatlarının daha esnek ve verimli olması, enerji kullanımının optimize edilmesi ve atık miktarının azaltılması gibi temel hedefler, Endüstri 5.0 ile daha kolay bir şekilde gerçekleştirilebiliyor. Akıllı

fabrikalar ve nesnelerin interneti sayesinde üretim ekipmanları ve süreçleri daha yakından izlenebilir, böylece enerji verimliliği artırılabilir ve çevresel etkiler daha iyi yönetilebilir. Dijital ikizler, ürün tasarımından bakımına kadar tüm aşamalarda çevresel etkilerin analiz edilmesini ve optimize edilmesini sağlayarak ürün sürdürülebilirliğini artırabilir (Wang vd., 2023). Endüstri 5.0'ın insan-makine işbirliği ve robotik otomasyon unsurları, işgücü verimliliğini artırarak daha verimli üretim ve kaynak kullanımını mümkün kılar. Sonuç olarak, Endüstri 5.0 işletmelere, yeşil dönüşüm hedeflerine ulaşmada daha etkili ve çevre dostu yollar sunarak, sürdürülebilirlik yolculuğunu destekliyor.

Endüstri 5.0'ın Atık Azaltımı ve Döngüsel Ekonomiye Etkisi

Atık azaltımı, modern toplumların karşı karşıya olduğu önemli bir çevresel zorluktur. Bu kavram, atıkların üretim aşamasından başlayarak tüketim, üretim ve atık yönetimi süreçlerindeki adımlarla ele alınmasını ifade eder. Atık azaltımı stratejileri, malzemelerin daha verimli kullanılmasını, geri dönüşümün teşvik edilmesini, yeniden kullanımın artırılmasını ve gereksiz tüketimin engellenmesini içerir. Bu yaklaşım sadece çöp miktarını azaltmakla kalmaz, aynı zamanda doğal kaynakların daha sürdürülebilir bir şekilde yönetilmesine katkı sağlar. Atık azaltımı, hem çevre üzerindeki olumsuz etkileri azaltmayı hem de gelecek nesillere daha temiz ve sağlıklı bir çevre bırakmayı amaçlar.

Döngüsel ekonomi, geleneksel lineer üretim ve tüketim modelinin yerine, kaynakların sürdürülebilir şekilde kullanılmasını ve atıkların minimuma indirilmesini hedefleyen bir yaklaşımdır (Önder, 2018). Bu modelde, ürünlerin üretim aşamasından son kullanımına kadar geçirdiği yaşam döngüsü boyunca kaynakların ve materyallerin verimli bir şekilde kullanılması amaçlanır (Veral, 2021). Ürünlerin tamir edilmesi, geri dönüştürülmesi ve tekrar kullanılması teşvik edilir. Bu sayede doğal kaynakların tükenmesi önlenirken, atık miktarı ve çevresel etkiler minimum seviyeye indirilir. Döngüsel ekonomi, işletmelerin üretim süreçlerini ve ürün tasarımlarını yeniden değerlendirmelerini gerektirir. Atıkların kaynak olarak kullanılması, ürünlerin tasarımında daha dayanıklı ve geri dönüştürülebilir malzemelerin tercih edilmesi gibi uygulamalar döngüsel ekonominin temel prensiplerini yansıtır. Bu yaklaşım, sadece doğal kaynakların korunmasına değil aynı zamanda işletmelerin ekonomik sürdürülebilirliğine de katkı sağlar.

Endüstri 5.0, atık azaltımı ve döngüsel ekonomiye yönelik önemli fırsatlar sunuyor. Endüstri 5.0, üretim paradigmasını yeniden şekillendiren, doğrusal bir ekonomik modelden döngüsel bir ekonomiye geçişi zorlayan devrim niteliğinde bir yeniliği temsil ediyor (Sharma vd., 2022). Geleneksel üretim yöntemlerine göre daha akıllı ve esnek üretim süreçleri, malzeme kullanımını optimize ederek

atık miktarını azaltabilir. Akıllı üretim hatları, hammaddelerin daha etkili bir şekilde kullanılmasını sağlayarak kaynak israfını en aza indirir. Aynı zamanda Endüstri 5.0, atıkların geri dönüşüm süreçlerini yönetmekte de etkilidir. Akıllı etiketleme ve takip sistemleri, ürünlerin yaşam döngüsünü izlemeyi ve geri dönüşüm için uygun parçaların ayrılmasını kolaylaştırır. Bu da döngüsel ekonominin temel prensiplerine daha iyi uyum sağlar. Dijital ikizler ve sensörler sayesinde ürünlerin gerçek zamanlı olarak takip edilmesi, ürünlerin kullanım ömrünün ve bakım zamanlarının optimize edilmesine yardımcı olur. Bu da ürünlerin daha uzun süre kullanılmasını ve atık oluşumunu azaltır. Endüstri 5.0'ın atık azaltımı ve döngüsel ekonomiye etkisi, işletmelerin sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşmalarında önemli bir rol oynamaktadır.

Akıllı Fabrikalar ve Yeşil Üretim Yaklaşımları

Akıllı fabrikalar, Endüstri 4.0 dijital dönüşüm kavramının bir sonucu olarak ortaya çıkan modern üretim tesisleridir (Yıldız, 2018). Bu fabrikalar, nesnelerin interneti, yapay zeka, büyük veri analitiği ve otomasyon gibi teknolojilerin entegrasyonu ile yüksek derecede bağlantılı ve veri odaklı bir şekilde çalışırlar. Akıllı fabrikalar, üretim süreçlerini daha esnek, verimli ve özelleştirilebilir hale getirirken aynı zamanda enerji ve kaynak kullanımını optimize ederler. Sensörler sayesinde üretim hatları gerçek zamanlı olarak izlenebilir, böylece hatalar daha hızlı tespit edilir ve üretim süreçleri daha iyi kontrol edilir (Şekkeli ve Bakan, 2018). Akıllı fabrikalar, işçi güvenliğini artırarak işçi sağlığını koruma amacını da taşır. Üretim ekipmanları ve sistemler arası iletişim, bakım gereksinimlerini öngörerek üretim kesintilerini minimize etmeye yardımcı olur. Sonuç olarak, akıllı fabrikalar işletmelerin daha rekabetçi, çevre dostu ve sürdürülebilir üretim yöntemleri benimsemelerine olanak sağlayarak geleceğin üretim modelini temsil eder.

Yeşil üretim, üretim süreçlerinin yenilenmesi ve imalat alanında çevre dostu operasyonların kurulması anlamına gelir (Sarıcı ve Erikli, 2022). Çalışanlar daha az doğal kaynak kullanır, kirliliği ve atığı azaltır, malzemeleri geri dönüştürür ve yeniden kullanır, süreçlerinde emisyonları dengelemeye çalışır. Yeşil üretim sadece çevreye fayda sağlamakla kalmaz, ülke genelinde giderek artan sayıda işletme, geri dönüşüme odaklanmanın ve atık azaltmanın işletmelerini genel olarak olumlu etkileyebileceğini fark etmektedir. İş sahipleri daha iyi bir mali sonuç görmekte, çalışanlar ise motivasyonun, moralin ve halkla ilişkilerin arttığını gözlemlemektedirler.

Yeşil üretim yaklaşımları, işletmelerin üretim süreçlerini çevre dostu ve sürdürülebilir bir şekilde yönetmeyi amaçlayan stratejilerdir. Bu yaklaşımlar, çevresel etkileri en aza indirmeyi ve kaynak kullanımını optimize etmeyi

hedefler. Yeşil üretim, atık azaltımı, enerji verimliliği, su tasarrufu ve çevre dostu malzemelerin tercihi gibi unsurları içerir. Ürün tasarımıyla başlayarak tedarik zinciri yönetimine kadar tüm aşamalarda çevresel faktörler dikkate alınır. Döngüsel ekonomi ilkelerine dayalı olarak, ürünlerin tasarımı daha dayanıklı ve geri dönüştürülebilir hale getirilir. Enerji verimliliği, üretim süreçlerinin optimize edilmesi ve atık yönetimi için yenilikçi teknolojiler kullanılır. Yeşil üretim yaklaşımları, işletmelerin çevresel sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşmalarını sağlarken aynı zamanda maliyet tasarrufu ve rekabet avantajı elde etmelerine de yardımcı olur. Bu yaklaşımlar, işletmelerin daha sorumlu ve etik bir şekilde faaliyet göstermelerini sağlayarak hem çevreye hem de topluma katkı sağlar. Yeşil üretim yaklaşımlarının birçok uygulama örneği bulunmaktadır.

Nesnelerin İnterneti (IoT) ve Enerji Yönetimi

Nesnelerin İnterneti, farklı cihazların ve nesnelerin internet üzerinden birbirleriyle iletişim kurabilmesini sağlayan bir teknoloji kavramıdır. Bu sayede, günlük hayattaki cihazlar, sensörler ve makineler bir ağ aracılığıyla veri alışverişi yapabilir, bilgi paylaşabilir ve komutları birbirlerine iletebilir (Gündüz ve Resul, 2018). IoT, akıllı ev sistemlerinden endüstriyel otomasyona, sağlık sektöründen tarım alanına kadar geniş bir yelpazede uygulanabilir. Sensörler aracılığıyla toplanan veriler, analiz edilerek daha akıllı ve etkili kararlar alınmasına yardımcı olabilir. Bu teknoloji, hayatı daha kolay hale getirme potansiyeli taşıırken, aynı zamanda veri güvenliği ve gizliliği gibi konuları da beraberinde getirir.

Nesnelerin İnterneti, işletmeler için büyük önem taşıyan bir teknoloji haline gelmiştir. Bu teknoloji, işletmelerin verimliliğini artırma, operasyonel süreçleri optimize etme ve daha iyi müşteri deneyimi sunma konularında önemli fırsatlar sunar (Ercan ve Kutay, 2016). İşletmeler, IoT aracılığıyla cihazları ve nesneleri birbirine bağlayarak gerçek zamanlı veri toplayabilir ve bu verileri analiz ederek anlamlı içgörüler elde edebilir. Bu sayede daha iyi bilgiye dayalı kararlar alabilir, üretim süreçlerini izleyebilir, envanter yönetimini optimize edebilir ve enerji tüketimini izleyerek tasarruf sağlayabilirler. Aynı zamanda IoT, işletmelerin ürünlerini ve hizmetlerini daha kişiselleştirerek müşterilere özelleştirilmiş deneyimler sunmalarını sağlar. Bu teknoloji, işletmelerin rekabet avantajı elde etmesine ve daha sürdürülebilir iş modelleri geliştirmesine yardımcı olabilir. Ancak, nesnelerin interneti uygulamalarının başarısı için veri güvenliği ve gizliliği gibi konuların da özenle ele alınması gerektiğini unutmamak gerekir.

Enerji yönetimi, kaynakların etkili bir şekilde kullanılması ve enerji tüketiminin optimize edilmesi amacıyla tasarlanmış bir strateji ve süreçler bütünüdür. Bu yaklaşım, işletmelerin ve organizasyonların enerji maliyetlerini düşürmesine, çevresel etkilerini azaltmasına ve sürdürülebilirlik hedeflerini gerçekleştirmesine yardımcı olur (Uzun ve Değirmen, 2018). Enerji yönetimi, enerji verimliliği projelerinin planlanması, uygulanması ve izlenmesini içerir. Bunun yanı sıra, enerji tüketimi verilerinin toplanması ve analiz edilerek daha verimli kararlar alınmasını sağlar. Enerji yönetimi, sadece işletmelerin maliyetlerini düşürmekle kalmaz, aynı zamanda çevre dostu uygulamaları teşvik ederek kaynakların sürdürülebilir kullanımına da katkı sağlar. Nesnelerin İnterneti, enerji yönetimi alanında önemli bir etki yaratmıştır. Nesnelerin interneti sayesinde enerji tüketimi ve verimliliği daha yakından izlenip yönetilebilir hale gelirken, aynı zamanda enerji tasarrufu sağlanabilir. IoT'nin enerji yönetimi için uygulamalarını aşağıdaki gibi sıralayabiliriz.

- **Veri Toplama ve İzleme:** Nesnelerin interneti cihazları ve sensörler, enerji tüketim verilerini gerçek zamanlı olarak toplar ve izler. Bu sayede işletmeler, hangi alanlarda daha fazla enerji tüketildiğini ve nerede tasarruf potansiyelinin olduğunu belirleyebilir.
- **Akıllı Aygıtlar ve Kontrol:** Nesnelerin interneti, akıllı aygıtlar ve enerji yönetimi sistemleri arasında iletişim kurmayı mümkün kılar. Bu sayede cihazların enerji tüketimi uzaktan izlenebilir ve gerektiğinde kontrol edilebilir. Örneğin, ısıtma, soğutma ve aydınlatma sistemleri otomatik olarak ayarlanabilir.
- **Tahmin ve Analiz:** Nesnelerin interneti verileri analiz edilerek enerji tüketim desenleri belirlenebilir. Bu sayede işletmeler, enerji taleplerini önceden tahmin edebilir ve buna göre stratejiler geliştirebilir.
- **Arıza Tespiti ve Bakım:** Nesnelerin interneti sensörleri, enerji tüketen ekipmanların çalışma durumunu izler. Anormallikler tespit edildiğinde, sistem otomatik olarak uyarılar gönderebilir veya bakım ihtiyacını belirtebilir. Bu sayede enerji verimliliği artırılabilir ve arızalar önceden önlenir.
- **Enerji Verimliliği Projeleri:** Nesnelerin interneti, enerji yönetimi projelerinin etkin bir şekilde yönetilmesini sağlar. Enerji tasarrufu odaklı projelerin başarısı daha yüksek olabilir ve hızlı sonuçlar elde edilebilir.

Büyük Veri ve Kaynak Yönetimi

Büyük veri, genellikle hacmi, çeşitliliği ve hızı nedeniyle geleneksel veri tabanı yönetim teknikleri ile ele alınması zor olan büyük ve karmaşık veri

kümelerini ifade eder (Tsai vd., 2015). Bu veri setleri, çeşitli kaynaklardan toplanan, işlenen ve analiz edilen verileri içerir. Büyük veri analizi, bu veri setlerindeki desenleri, ilişkileri ve anlamlı bilgileri çıkarmak amacıyla kullanılan yöntemler bütünüdür. Büyük veri, işletmelerin daha iyi kararlar almasına, pazar trendlerini anlamasına, müşteri davranışlarını analiz etmesine ve rekabet avantajı elde etmesine yardımcı olabilir. Bu teknoloji aynı zamanda sağlık, finans, lojistik ve daha birçok sektörde de önemli uygulamalar sunmaktadır.

Büyük veri, işletmeler için büyük bir değer taşıyan bir kaynak olarak öne çıkmaktadır (Aktan, 2018). İşletmeler, farklı kaynaklardan gelen büyük ve karmaşık veri kümelerini analiz ederek özgün içgörüler elde edebilirler. Bu veri analizi sayesinde, müşteri davranışlarını anlama, pazar trendlerini öngörme, operasyonel verimliliği artırma ve rekabet avantajı elde etme gibi hedefleri gerçekleştirebilirler. Büyük veri, işletmelerin daha bilinçli kararlar almasına yardımcı olurken, süreçleri optimize etme ve stratejik planlamayı geliştirme konularında da önemli rol oynamaktadır. Aynı zamanda müşteri deneyimini kişiselleştirme, hedef kitleye daha etkili ulaşma ve yeni fırsatları keşfetme gibi imkanlar sunar. Büyük veri, işletmelerin dinamik ve rekabetçi iş dünyasında daha iyi performans göstermelerini sağlayan güçlü bir araç olarak öne çıkmaktadır.

Kaynak yönetimi, organizasyonlar veya projeler tarafından sahip olunan kaynakların etkili ve verimli bir şekilde planlanması, kullanılması, takip edilmesi ve optimize edilmesi sürecidir. Bu kaynaklar, finansal, insan gücü, malzeme, zaman ve teknoloji gibi çeşitli faktörleri içerebilir.

Kaynak yönetimi, organizasyonların hedeflerine ulaşmak için mevcut kaynakları en etkili şekilde kullanmalarını sağlar. Bu süreç, gereksinimleri anlama, kaynakları tahsis etme, önceliklendirme ve izleme aşamalarını içerir. Kaynak yönetimi, aşırı kaynak atamasından veya eksik kaynak tahsisinden kaçınarak, projelerin veya iş süreçlerinin başarıyla tamamlanmasını destekler.

Özellikle projelerin ve işletmelerin karmaşık hale geldiği modern iş dünyasında, kaynakların etkili bir şekilde yönetilmesi büyük bir önem taşır. Bu, organizasyonların verimliliği artırmasına, maliyetleri azaltmasına ve rekabet avantajı elde etmesine yardımcı olur. Büyük verinin kaynak yönetimine sürdürülebilirlik açısından katkısı oldukça önemlidir. Büyük verinin sağladığı katkılardan bazıları:

- **Veriye Dayalı Sürdürülebilirlik Stratejileri:** Büyük veri analizi, kaynak yönetimi için daha etkili sürdürülebilirlik stratejileri geliştirmeye yardımcı olabilir. Veri analizi ile kaynak tüketimi, atık

- üretimi, enerji kullanımı gibi faktörler daha iyi anlaşılabilir ve sürdürülebilirlik hedeflerine uygun planlar oluşturulabilir.
- **Verimli Enerji Kullanımı:** Büyük veri analizi, enerji tüketimini izlemeyi ve analiz etmeyi sağlar. Bu sayede organizasyonlar, enerji tasarrufu sağlamak için hangi alanlarda müdahale etmeleri gerektiğini belirleyebilirler.
 - **Atık Azaltımı ve Dönüşüm:** Büyük veri analizi, atık üretimini ve yönetimini izlemeye yardımcı olabilir. Atık desenlerinin analizi, hangi malzemelerin daha fazla atık ürettiğini ve nasıl daha sürdürülebilir bir atık yönetimi sağlanabileceğini gösterir.
 - **Ürün Yaşam Döngüsü İyileştirmesi:** Büyük veri, ürünlerin yaşam döngüsünü izlemek ve optimize etmek için kullanılabilir. Ürünlerin üretim aşamasından başlayarak kullanım ve sonlandırma aşamalarına kadar olan etkileri analiz edilerek daha sürdürülebilir tasarım ve süreçler oluşturulabilir.
 - **Kaynak Verimliliği Artışı:** Büyük veri analizi, kaynakların daha verimli bir şekilde kullanılmasını sağlar. Tedarik zinciri yönetiminde, envanter yönetiminde ve operasyonel süreçlerde veriye dayalı kararlar alarak kaynak israfını en aza indirmek mümkün olabilir.
 - **İnovasyon ve Rekabet Avantajı:** Büyük veri analizi, yeni sürdürülebilir ürünlerin ve hizmetlerin geliştirilmesine olanak sağlar. Bu, organizasyonların rekabet avantajı elde etmelerini ve sürdürülebilirlik odaklı pazar taleplerine yanıt vermelerini sağlar.

SONUÇ

Bu çalışma Endüstri 5.0, yeşil dönüşüm ve sürdürülebilirlik ilkelerinin üretim ve endüstriyel süreçlerdeki rolünü ele alan bir çalışma sunmaktadır. Bu bölümde incelenen konular, geleceğin endüstriyel alanını şekillendirirken çevresel etkileri azaltmayı ve doğal kaynakların daha verimli kullanımını amaçlayan yönergeleri vurgulamaktadır. Yeşil dönüşümün ve sürdürülebilirliğin Endüstri 5.0 ile nasıl birleştirilebileceği, teknolojik yeniliklerin nasıl çevresel sürdürülebilirliği destekleyebileceği ve endüstrinin daha temiz, daha akıllı ve daha etik bir şekilde nasıl yönlendirilebileceği gibi konular, bu bölümün öne çıkan temalarıdır. Bu değerli bakış açısı hem endüstri profesyonellerine hem de akademisyenlere, geleceğin daha sürdürülebilir ve çevre dostu üretim yaklaşımlarını anlama ve benimseme konusunda rehberlik sunmaktadır.

REFERANSLAR

1. Aktan, E. (2018). Büyük veri: Uygulama alanları, analitiği ve güvenlik boyutu. *Bilgi Yönetimi*, 1(1), 1-22.
2. Aslam, F., Aimin, W., Li, M., Ur Rehman, K., 2020. Innovation in the Era of IoT and Industry 5.0: Absolute Innovation Management (AIM) Framework. *Information* 11, 124. doi:10.3390/info11020124
3. Ercan, T., & Kutay, M. (2016). Endüstride nesnelerin interneti (IoT) uygulamaları. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Fen ve Mühendislik Bilimleri Dergisi*, 16(3), 599-607.
4. Ghobakhloo, M., Iranmanesh, M., Mubarak, M. F., Mubarik, M., Rejeb, A., & Nilashi, M. (2022). Identifying industry 5.0 contributions to sustainable development: A strategy roadmap for delivering sustainability values. *Sustainable Production and Consumption*, 33, 716–737.
5. Gündüz, M. Z., & Resul, D. A. Ş. (2018). Nesnelerin interneti: Gelişimi, bileşenleri ve uygulama alanları. *Pamukkale Üniversitesi Mühendislik Bilimleri Dergisi*, 24(2), 327-335.
6. Huang, S., Wang, B., Li, X., Zheng, P., Mourtzis, D., & Wang, L. (2022). Industry 5.0 and Society 5.0—Comparison, complementation and co-evolution. *Journal of manufacturing systems*, 64, 424-428.
7. Liu, D., Yang, D., & Huang, A. (2021). Leap-based greenhouse gases emissions peak and low carbon pathways in China's tourist industry. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(3), 1218.
8. Liu, Y., Wang, Q., Huang, B., Zhang, X., Wang, X., & Long, Y. (2023). Status and challenges of green manufacturing: Comparative analysis of China and other countries. *Resources, Conservation and Recycling*, 197, 107051.
9. Nahavandi, S. (2019). Industry 5.0: A human-centric solution. *Sustainability*, 11(16), 4371
10. Önder, H. (2018). SÜRDÜRÜLEBİLİR KALKINMA ANLAYIŞINDA YENİ BİR KAVRAM: DÖNGÜSEL EKONOMİ. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (57), 196-204.
11. Sarıcı, R., ve Erikli, S. (2022). Yeşil Ürün, Yeşil Ekonomi, Yeşil Üretim ve Sürdürülebilirlik Kapsamında Yapılan Araştırmalara Yönelik İçerik Analizi. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 25(1), 98-119.
12. Sharma, M., Sehrawat, R., Luthra, S., Daim, T., & Bakry, D. (2022). Moving towards Industry 5.0 in the pharmaceutical

- manufacturing sector: Challenges and solutions for Germany. IEEE Transactions on Engineering Management, 1–18.
13. Şekkeli, Z. H., ve Bakan, İ. (2018). AKILLI FABRİKALAR. *Journal of Life Economics*, 5(4), 203-220.
 14. Şenocak, B., ve BURSALI, Y. (2018). İşletmelerde Çevresel Sürdürülebilirlik Bilinci Ve Yeşil İşletmecilik Uygulamaları İle İşletme Başarısı Arasındaki İlişki. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 23(1), 161-183.
 15. Tsai, C. W., Lai, C. F., Chao, H. C., & Vasilakos, A. V. (2015). Big data analytics: a survey. *Journal of Big data*, 2(1), 1-32.
 16. Uzun, A. & Değirmen, M. (2018). Endüstriyel İşletmelerde Enerji Verimliliği ve Enerji Yönetimi . Uluslararası Ekonomik Araştırmalar Dergisi , 4 (2) , 83-97.
 17. Veral, E. S. (2021). Döngüsel ekonomi: engeller, stratejiler ve iş modelleri. *Ankara Üniversitesi Çevre Bilimleri Dergisi*, 8(1), 7-18.
 18. Xu, X., Lu, Y., Vogel-Heuser, B., ve Wang, L. (2021). Industry 4.0 and Industry 5.0—Inception, conception and perception. *Journal of Manufacturing Systems*, 61, 530-535
 19. Yıldız, A. (2018). Endüstri 4.0 ve akıllı fabrikalar. *Sakarya University Journal of Science*, 22(2), 546-556.
 20. Wang, H., Lv, L., Li, X., Li, H., Leng, J., Zhang, Y., ... & Luo, G. (2023). A safety management approach for Industry 5.0' s human-centered manufacturing based on digital twin. *Journal of Manufacturing Systems*, 66, 1-12.

31. Bölüm

Modern Yönetim Yaklaşımları Perspektifinden Değişim ve Vizyon Yönetimlerinin Önemi

Osman YALAP¹

¹ Dr. Öğr. Üyesi; Artvin Çoruh Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Acil Yardım ve Afet Yönetimi Bölümü, osman.yalap@artvin.edu.tr , ORCID No: 0000-0003-1058-2457

ÖZET

Bu çalışma, işletme ve yönetim bilimleri bağlamında ele alınan modern yönetim yaklaşımlarından değişim yönetimi ve vizyon yönetiminin önemini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Yönetim bilimleri, doğası gereği başkaları vasıtasıyla iş gördürebilme sanatı olarak ifade edilmektedir. Sanatsal yönünün yanı sıra, yönetimin bilimsel ayağı da yöneticilere ve bağlı oldukları kurumlara karşı her türlü bilimsel metotları gözlemleyip uygulanmasını gerektirmektedir. Yönetim teori ve yaklaşımları tarihsel olarak ele alındığında, klasik, neo-klasik ve modern kapsamda üç aşamadan ele alınmaktadır. Klasik ve neo-klasik yaklaşımlar insan ve örgüt ayrımı üzerinde irdelenirken modern yönetim yaklaşımları daha çok çevre ve örgüt uyumu üzerinde yöneticiler ve çalışanların adaptasyonunu konu almaktadır. Bu bağlamda modern yönetim yaklaşımlardan değişim yönetimi çevreye uyum sağlamayı ve sürekli değişen koşulları incelemeyi gerektirirken, vizyon yönetimi ise söz konusu değişen dünya ve çevrede örgütlerin değişime karşı belirledikleri plan ve politikalarının sürdürülebilir olması ile ilgilidir. Bu bağlamda bu çalışma, modern yaklaşımları perspektifinden değişim ve vizyon yönetimlerinin önemini ifade etmek amacıyla ilgili yazın desteğiyle hazırlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Modern Yönetim Yaklaşımları, Değişim Yönetimi, Vizyon Yönetimi, Örgüt

GİRİŞ

Günümüzde sosyoekonomik ve teknolojik sebeplerle meydana gelen değişimler, iş hayatında ve yönetim bilimlerinde birden fazla sonuçlar doğurmaktadır. Öncelikle hızla değişen dünyada ortaya çıkan bu sonuçlar, iş hayatında yeni ufuklar geliştirmesi ve kendi alanlarında yeni ve yaratıcı fikirlerin ön plana çıkmasını sağlamakla beraber, değişime karşı ortaya koyulan direnç ve mücadeleler için bilimsel yöntemlerin benimsenmesi gerektiği bir gerçektir. Bu bağlamda, değişimin kaçınılmaz olduğu bir dünyada iş hayatında yer alan tüm organizasyonların bu durumdan geri kalmaları düşünülemez. Kendi faaliyetlerinde esas amaçları etkinliğin ve verimliliğin artırılması olan organizasyonların, çevrelerinde olup bitenin farkında olmaları ve sürekli değişen iş ve çevre şartlarına ayak uydurmaları gerekmektedir. Çevrelerinde meydana gelen en ufak bir değişim ve bu değişime uyum sağlayabilmek ise rakipleri ile aralarındaki farkı ortaya koymakta ve sürdürülebilir bir organizasyon stratejisi belirlemelerini gerekli kılmaktadır.

Bu açıdan bakıldığında değişim olgusunun yeni bir kavram olmadığı göze çarpmaktadır. İnsanlık tarihi kadar eski olan değişimi, hangi disiplinde ele alındığına bağlı olarak değerlendirmek yerinde olmaktadır. Örneğin temel bilimlerden olan fizik için değişim, *herhangi bir maddenin yapısı değişmeden sadece hâl, şekil ve dış görünüş olarak meydana gelen farklılıklara* verilen genel bir isimdir. Fiziksel değişim sonucu yeni bir maddenin ortaya çıkmayacağı yapılan çalışmalarla ortaya konmuştur. Ancak konuya sosyal bilimler açısından baktığımızda; psikoloji, sosyoloji, sosyal psikoloji ve hatta iktisat bilimlerinde değişimi esas itibarı ile dünden farklı kılan özelliğin küreselleşme ve beraberinde gelen rekabet olgusunun olduğu görülmektedir. Söz konusu rekabet ise bireyler ve onların oluşturduğu organizasyonların hayatta kalabilmelerinin belirleyicisi konumundadır. Değişime ayak uydurabilen organizasyonlar ise, değişimi nasıl yönetecekleri ve bu yönetim sürecinde uygulayacakları tüm değişim faaliyetlerinde nasıl bir yol izleyecekleri, değişim yönetiminin temelini oluşturmaktadır.

Değişimin etkin bir şekilde yönetilebilmesi ve sürekli olarak izlenebilmesi, kuşkusuz pazarların ve rekabetin hızla küreselleştiği ve ticari sınırların giderek ortadan kalktığı bir dönemde en büyük gerekliliklerden biridir. Sürekli olarak değişen ve güncellenen küresel iş dünyası, çeşitli tehditleri ve fırsatları da beraberinde getirmektedir. Bu tehditler arasında, her gün daha da artan rekabetin ve belirsizliğin ön plana çıktığı durumlar yer alırken, fırsatlar açısından ise daha geniş pazarların oluşması gibi avantajlar bulunmaktadır. Bu temel eğilimlere uyum sağlamak için, modern yönetim teknikleri ve yaklaşımları da aynı ölçüde büyük önem taşımaktadır.

Organizasyonlar, sürdürülebilir rekabet üstünlüğünü korumak ve varlıklarını devam ettirmek amacıyla sürekli değişimi yakından takip ederler ve her değişiklik ile ilgili faaliyetlerinin amacını ve hedefini uygun şekilde belirlemek durumundadırlar. Bu bağlamda, belirli bir misyon ve vizyon etrafında hareket etmek gerekmektedir. Organizasyonların süreç ve faaliyetlerinde sergiledikleri vizyon yönetimi, bu değişimlerin farkına varılmasına yardımcı olan önemli bir araçtır. Toplumsal yaşamın pek çok alanında giderek daha fazla kullanılan vizyon, gün geçtikçe artan bir öneme sahiptir ve yönetim alanında da giderek daha yaygınlaşmaktadır. Yenilikçi düşünceler, teknolojik gelişmeler ve yeni yönetim anlayışlarından etkilenen organizasyonlar, güçlü ve paylaşılan bir vizyona sahip olmaksızın başarılı olamazlar. Vizyon sahibi bir yönetici veya lider, yönettiği kurumu toplumsal olarak tanınmış hale getirir. Çünkü vizyon, bir organizasyonu olası değişimlere karşı diğerlerinden ayırmanın yanı sıra, amaç ve hedeflerini paydaşlara aktarmada da araç oluşturur. Organizasyonların değişen koşullara uyum sağlamaları ve çalışanlarının bağlılığı, yalnızca bu organizasyonların net bir vizyonla donatılmış olmalarını sağlamayı gerektirir.

Kavramsal Açıdan Değişim

Kavramsal açıdan değişim olgusu, genellikle çevre ve bireye özgünlük olarak süreklilik, kaynak ve kapsam açılarından ele alınmaktadır. Süreklilik bakımından, literatürde iki temel yaklaşım bulunmaktadır. İlk yaklaşım, değişimi önceden tahmin edilebilir ve gözlemlenebilir bir süreç görmek gerekmektedir. Öte yandan ikinci yaklaşım, değişimi ancak ortaya çıktıktan sonra anlaşılabilen bir farklılık olarak tanımlamaktadır. Kaynak açısından ele alındığında ise, değişimin yöneticiler tarafından bilinçli bir şekilde başlatılması ve yönetilmesi veya sosyoekonomik güçlerin sonucu olarak meydana gelmesi şeklinde iki ana kategoriye ayırmaktadır. Değişimin süreklilik ve kaynak özellikleri bir araya getirildiğinde etkili bir şekilde yönetileceği görüşü açığa çıkmaktadır. (Güleş ve Burgess, 2000:104).

Tarihsel açıdan incelendiğinde, değişim kavramı birçok araştırmacı ve farklı disiplinler tarafından çeşitli biçimlerde tanımlanmıştır. Değişim, var olan bir şeyi olduğundan daha farklı bir hale getirme sürecidir (Olgun, 1996: 565). Değişim ise, süreç olarak ele alınmakta olup herhangi bir şeyde meydana gelen farklılıkların toplamı olarak ifade edilmektedir (Alıç, 1990). Bu bağlamda değişim, bir sistemin (insanların veya organizasyonların) belirli koşullar altında, belirli bir durumdan (ilk halinden) başka bir durumu (ikinci ve yeni haline) geçişi olarak ifade edilir. (Uluğ, 1998: 156).

Organizasyonlar Açısından Değişim ve Değişim Yönetimi

Organizasyonlar, belli hedeflere ulaşmak amacıyla bireylerin, grupların veya kurumların bir araya gelmesiyle meydana gelen yapılar olarak tanımlanabilir. Bu nedenle gerek organizasyon içinde gerekse dışında ortaya çıkan değişikliklere duyarsız kalmak ne organizasyonun kendisi ne de paydaşları tarafından mümkün değildir. Bu tür durumlarda, belirlenen hedeflere ulaşmak beklenenden daha zor olmakta ve değişime karşı direnç artabilmektedir. Herhangi bir organizasyonun, yeni koşullara uyum sağlaması, var olan değişimlere karşı kendi gelişimlerini hızlandırması, yeni teknolojileri benimsemesi ve rekabet gücünü koruması için çevresinde gerçekleşen her türlü değişimi yakından takip etmesi gerekmektedir (Trahan vd., 1997: 17). Ancak tüm şartlar, değişimin doğası gereği hem organizasyonun kendisi hem de paydaşları açısından çeşitli sorunları da beraberinde getirmektedir.

Bir organizasyonda değişimin sebep olabileceği ön görüşünü sahip üç temel sorun göze çarpmaktadır. Bunlar (Miller, 1998: 151);

- Rekabetçi pazar yapısından kaynaklanan sorunlar,
- İş gücü kaynaklı sorunlar,
- Toplumsal ve sosyal çevreden kaynaklanan sorunlar.

Organizasyonların çözüm bulmaları gereken tüm bu sorunlar, çözümlerle birlikte amaç, hedef ve çevrelerinde de değişimi zorunlu kılmaktadır. Bir organizasyonu değişmeye zorlayan etmenler ise şu şekilde sıralamaktadır (Hussey, 1998: 10-11):

- *Rekabet:* Organizasyonlar, büyüklükleri ve çevresel etkinlik düzeyleri her ne olursa olsun, rekabetle karşılaşmaktan kaçınamazlar.
- *Müşteriler:* Sürekli değişen talep nedeniyle tüketiciler, daha fazla talep edilen hizmetlerin sağlanmasını arzularlar; bu nedenle talebe karşı müşterilerine yeterli hizmet sunamayan organizasyonlar değişimi kaçırıp herhangi bir fayda sağlayamazlar.
- *Teknoloji:* Teknolojideki sürekli değişim ve uzun vade olmayan kalıcılıktan uzak bir yapısı nedeniyle, değişimin en temel taşlarından birini oluşturmaktadır.
- *Yeni düzenlemeler:* Özellikle iç piyasada artan rekabet organizasyonları sürdürülebilir rekabet üstünlüğü sağlamaya ve daha kaliteli ürünlerin sunulmasına olanak sağlayan yeni düzenlemelerin getirilmesine ön ayak olmaktadır.

Örgütsel değişim, bir organizasyonu oluşturan alt, orta ve üst kademe çalışanların ortaya koyduğu sistemlerin, birbirleriyle, organizasyonun kendisiyle ve çevresiyle kurduğu her türlü ilişki ve etkileşim modellerinde

görülen değişim süreçlerini içermektedir. Bu bağlamda örgütsel değişim, organizasyonların mevcut durumlarından ziyade, hedefledikleri başka bir ifadeyle gelecekteki durumlarına geçişlerini sağlayan bir süreç olarak nitelendirmek daha doğru olacaktır (Güçlü ve Şehitoğlu, 2006: 245). Sonuç olarak, bir organizasyonu oluşturan her bir parçanın en alttan en üstte doğru ya da tam tersi bir şekilde değişime hazır olması ve buna karşılık çevreyle uyum sağlaması süreci olarak tanımlanabilir.

Sürekli değişen bir dünyada, insanların yaşantısı, çalışma şartları, çevre ve daha pek çok etkendeki değişiklik, organizasyonları da beraberinde değişikliklere itmiştir. Doğal bir durum olarak ele aldığımızda değişimin sonucu, örgütleri, ani gelişmelere uyum sağlayabilen esnek planlar ve yönetim tarzları oluşturmaya çalışan yapılar olarak karşımıza çıkarmaktadır. Tüm bunların yanı sıra, bu tür yönetim yaklaşımına sahip olmayan organizasyonlar ise, başka bir ifadeyle yönetim süreçlerinde herhangi bir esneklik yapamayan organizasyonlar, yoğun rekabetin yaşandığı ortamlarda sürdürülebilir rekabet üstünlüğü ve varlıklarını korumaları konusunda yetersiz kalmaktadırlar (Güçlü ve Şehitoğlu, 2006: 243).

Bu bağlamda, değişim yönetimini süreç, kültür ve yapı olarak üç temel alandan ele almak yerinde olmaktadır. Belirli bir zaman dilimini ifade eden süreç yönetimini değişim ile ele aldığımızda, organizasyon yönetiminin etkili bir şekilde yürütülmesi, ekip çalışması ve liderlik yoluyla hangi stratejilerin, ne zaman, nerede ve nasıl uygulanacağını sistematize edilmesine dayanır. Kültürel açıdan ise değişimi organizasyonu oluşturan her bir birey ve yapılan işler olarak ele almak gerekir. Çalışanlara çeşitli görevler atanırken sağlık ve güvenlik gibi faktörleri göz önünde bulundurmak önemlidir. Ayrıca, değişimin uygulanacağı zamanda yeterli baskı, net ve paylaşılan bir vizyon, insan gücü ve maddi kaynakların yeterliliği gibi etkenler de düşünülmelidir (Taş, 2009: 3). Yapısal olarak düşünüldüğünde ise değişimi organizasyonun alt ve üst sistemleri ve çevresi ile bir bütün olarak irdelemek gerekmektedir.

Organizasyon içinde ve dışında gerçekleşen her türlü değişime ayak uydurmak ve onu yönetebilmek, her türlü yeniliğe karşı açık olmak ve planlar yapmayı gerektirmektedir. Söz konusu yenilikler, organizasyon içerisinde ar-ge ye dayalı insan kaynakları, ticari yatırımlar, iletişim ve bilgi akışı, organizasyonun tasarımı ve yapısı, kararlara katılım süreçleri, üretim hattı için gerekli olan ham madde ve malzeme, araç gereç ve her türlü teçhizat ile stratejik yatırımlar şeklinde özetlenebilir (Klein, 1996: 40; Yaman, 2007: 61).

Değişim yönetimi, yöneticiler açısından bilgi temelli ve elde edilen bilgiyi enformasyon sürecinden geçirerek dinamik bir yapıda olmalarını gerektirir Her bir organizasyon değişim için gerekli uyarıcılara sahip olmalı ve organizasyon

yöneticilerinin bu uyarıcılar sayesinde değişim için gerekli olan şartları zamanında fark etmesine ön ayak olmaktadır. Değişimi doğru bir şekilde anlamak, bir organizasyonun her türlü bilgiyi çevresinden toplama ve elde etme süreci anlamını taşır. Başka bir ifadeyle bilgiyi doğru ve etkin bir şekilde elde eden örgütler, gerekli olan değişimin stratejik bir yaklaşım olarak benimsenmesinin, gerçekleştirdiği ekonomik, sosyal ve hukuki her türlü faaliyetler için bilgi elde etmesinin ve bu bilgi ağlarına eşzamanlı olarak gerçekleştirmesini ifade eder (Klein, 1994: 32).

Bir organizasyon için ortaya çıkan değişim uyarısı, söz konusu organizasyonun içerisinde gerçekleşebileceği gibi, çevresel koşullarda da meydana gelebilir. Bu çevresel koşullar; yeni bir ürününün pazara sunulması, var olan ürünlerdeki fiyat değişiklikleri, müşteri talep ve beklentilerindeki farklılaşma veya yeni bir teknolojik süreç gibi herhangi bir gelişme olabilir. Tüm bu gelişmeler için organizasyona yönelik uyarıcıların doğru irdelenmesi ve değişim için gerekli prensiplerin belirlenmesi esastır. (Garvin, 1998: 18; Yaman, 2007: 62);

Küreselleşme söz konusu olduğunda, değişimi global düzeyde düşünmek önem arz etmektedir. İlgili literatürde küreselleşme ve değişim dört temel aşamadan ele alınmaktadır. Birinci aşamada, değişimin gerekliliğini anlamak ve çevre ve dünyada gerçekleşen küresel yönetim felsefesini benimsemeyi içeren "yeniden düşünme" ortaya çıkmaktadır. Bu sayede, organizasyonda yer alan her bir birey küresel anlamda çevrelerinde meydana gelen değişimlerin farkına varmaya başlayacaklardır. İkinci adımda ise, organizasyonel olarak yeni bir yönetim felsefesinin belirlenmesi ile değişim için gerekli olan planlama ve tasarımların tüm faaliyetlere yönelik olmasıdır. "Yeniden tasarım" aşaması olarak adlandırılan bu aşamada organizasyonel süreçlerin yeniden tasarımı ve küresel düzeyde entegre edilmesi önem arz etmektedir. Üçüncü aşamada, var olan organizasyon yapısının değiştirilmesi ve yönetim faaliyetlerinde köklü değişikliklerin yapılması esastır. Bu aşamaya ise "yeniden örgütlenme" adı verilmektedir. Dördüncü ve son adımda ise küresel olarak çevreye entegreye olmaya çalışan organizasyonların "yeniden yapılanması" ile farklı ve değişime ayak uydurabilen bir yapı ortaya konmaya çalışılır (Aktan, 1999: 321; Güçlü ve Şehitoğlu, 2006: 245).

Organizasyondaki tüm paydaşların değişim yönetimi çalışmalarına inanması ve katılımlarının sağlanması esastır. Yukarıda bahsedilen tüm süreçler organizasyon içi paydaşlar (çalışanlar, yöneticiler vs.) ve organizasyon dışındaki paydaşlar (tedarikçiler vs.) ile tam bir iş birliği içerisinde, bilgi ve becerilerin azami ölçüde beraber faydalanması ile elde edilir. Dış çevrenin değişime kolay ayak uydurabilmesinin karşısında iç paydaşların çevre ile çok

bir etkileşimlerinin olmaması nedeniyle değişime karşı direnç gerçekleştirebilecekleri de unutulmamalıdır (Aktan, 2011: 90).

Rekabetin öne çıktığı küreselleşme sürecinde organizasyonu oluşturan her bir birey için bireysel kalite ve profesyonellik daha da önem kazanmaktadır. Çalışanların ve yöneticilerin kalitesi, bir organizasyonun rakiplerinden olan farkını ortaya koymakta ve toplam kalitesini göstermektedir. Değişim yönetiminin bu anlatımı ile organizasyonda gerekli olan insan unsurunun herhangi bir maliyetinin olmadığı, aksine organizasyonel kalitenin artırılması için temel bir gereklilik olduğu vurgulanmıştır. Organizasyonu oluşturan her bir bireyin ortaya koyduğu ekiplerin çalışmasının değeri ise daha fazla ön plana çıkmakta, müşteri talep ve beklentilerinin daha fazla önem kazanmakta ve tüm bu süreçler için değişime uygun bir kurumsal kültürün varlığı belirli olmaktadır. Değişimin kaçınılmaz ve elzem bir ilke olarak benimsenmesi, organizasyonların küreselleşme döneminde değişime daha rahat uydurduklarını göstermektedir (Güçlü ve Şehitoğlu, 2006: 245).

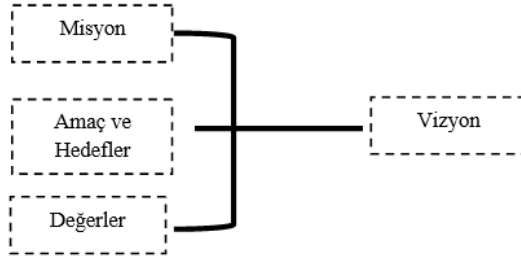
Organizasyonlar Açısından Vizyon ve Vizyon Yönetimi

Literatürde vizyon kavramı, köken olarak eski ve tarihsel bir sürece dayanmaktadır. Latince'de birden fazla anlam yüklenen *videre* fiilinden türetilen *visio* sözcüğünün “uyanık olma, anlama, kavrama” karşılığında kullanıldığı, hayalperest, düşlerle dolaşan kişilerin de vizyoncular olarak tanımlandığı belirlenmiştir (Solman ve Heinze, 1995: 14; Çetin, 2009: 96).

Vizyon ile uzun dönemde nelerin başarılmış olabileceğinin ya da olması gerektiğinin görüntüsü ve düşüncesi ortaya çıkmaktadır. Başka bir ifadeyle örgütün gelecekteki olmak istediği yerinin bugünden belirlenmesidir. Vizyon olgusunu bir ütopya ya da hayal olarak ele almamak gerekir. Gerçekleşmesini istediğimiz amaçlarımız için, yönetimlerin gelecekteki fotoğrafları olarak tasvir edilmektedir. Bu bağlamdan bakıldığında, vizyon bireye özgü bir fantezi algısı değil, geleceğe yönelik ve istenilen durumların ideal pozisyonlara getirilebileceğine ilişkin zihinsel bir süreci ifade eder (Kılıç, 2010: 89).

Organizasyonlar ve yönetim bilimleri açısından ise vizyon, bir organizasyonun misyonu, amaç ve hedefleri ile değerlerinin bileşkesidir. Misyon, organizasyonun var olma nedeni olup ona yön vermek ve anlam kazandırmak amacıyla belirlenir. Amaç ise, neyi elde etmek istediğimizi açıklar; amacın geleceğe yönelik büyüme sürecinde yön oluşturmaları ve ortak değerleri ortaya çıkarmaları gerekmektedir. Son olarak değerler, hedefe ulaşmada yönetici ve çalışanlar için nelerin önemli olduğunu ortaya koymaktadır (Mirze ve Ülgen, 2004: 185).

Vizyon, gelecekte bir organizasyonun hangi durumunda olmasına ilişkin bir bakış açısıdır. Gelecekte hangi durumda olmasını bilen organizasyonlar geçmiş deneyimleri ile ya da sürekli değişim içerisinde dalgalanan organizasyonlar değil, bugünden yarını görebilen ve değişimin farkında olan, gelecek referanslı organizasyonlar vizyon sayesinde değişimlerin farkında olur ve sürdürülebilir rekabet üstünlüğü sağlayabilirler. Gelecekte varılmak istenen durumun belirlenmesi, organizasyonları bugünkü tercihlerinde daha tutarlı olmasına da olanak sağlayabilmektedir (Muslu, 2014: 154; Dalay vd., 2002: 20).



Şekil 1: Organizasyonlar için Vizyon ve İlgili Kavramlar (Mirze ve Ülgen, 2004:185)

Bir organizasyonun geleceğe yönelik varmak istediği yerleri ifade eden vizyon, söz konusu organizasyonların kurum kültürlerini, dünya görüşlerini, çevrelerine olan bakış açılarını ve yöneticilerinin geleceğe yönelik akıllarında yer alan paradigmalarını ortaya koymaktadır. Organizasyonlar vizyon sayesinde, amaç ve hedeflerini belirlemekte ve bu amaç ve hedeflere ulaşabilmek adına yapılması gerekenleri bir plan ve politika çerçevesinde belirlemeye çalışırlar. Amaç ve hedefler doğrultusunda belirlenen plan ve politikalar çalışanlar tarafından da bir vizyon olarak ele alınmalı ve onlara aşılması da önem arz etmektedir. Çünkü, bir organizasyonu oluşturan tüm paydaşlar (çalışan ve yöneticiler) ortak bir amaç ve hedefe ulaşmaları yalnızca organizasyon tarafından belirlenen ve geleceğe yönelik beklentileri ortaya koyan vizyon ile gerçekleşebilmektedir. (Çetin, 2009: 97).

Literatürde vizyon ile ele alınan ve bazen kavram karmaşasına yol açan çeşitli kavramlar bulunmaktadır (Çetin, 2009: 96; Akdemir ve Yılmaz, 2005). Bunlar; ‘*misyon, strateji ve değerler*’dir. Organizasyona ve onun paydaşlarına ilişkin her bir değer, misyon ile birleşerek söz konusu organizasyonun tasarımını başka bir ifade ile mimari yapısını oluşturur. Değerler, organizasyon üyelerinin kim olduğunu ortaya koyarken ve yine organizasyon üyeleri tarafından ortaya konan vizyon ise nasıl hareket edileceğini gösterir. Dolayısı ile organizasyonun vizyonun belirlenen amaç ve hedeflere ışık tutmaktadır.

Organizasyonel stratejiler ise geleceğe yönelik vizyonlara nasıl ulaşılacağına göstergesi olmaktadır (Çetin, 2009: 98; Sullivan ve Harper, 1997:104). Tüm bu bilgiler ışığında vizyon ile ele alınan ve organizasyonlar için hayati önem sahip ilgili kavramlara değinmek gerekirse her biri için ayırt edici özellikleri belirtmekte yarar bulunmaktadır. Her bir kavram vizyon ile birleştiğinde organizasyonların çevresel değişimlere daha rahat ayak uydurmaları kolaylaşacaktır.

Bir organizasyon için vizyon ile ele alınması gereken ilk kavramlardan biri misyondur. Misyon, organizasyonun görev tanımını esas alıp, müşteri ve tüketicilere sunacağı hizmetlerin nereden ve nasıl sağlanacağını felsefe bir bakış açısıyla tüm organizasyonun paydaşlarına iletilmesi sürecini ifade eder (Çetin, 2009:98). Başka bir ifadeyle, misyon ile organizasyonlar neden var olduklarının sorusuna cevap aramaktadırlar. Stratejik yönetimin temel yapıtaşını oluşturan misyon, organizasyonun ilgili faaliyetlerinin tümünde bir süreç olarak ele alınmakta ve plan ve politikalara uygulanmaktadır. Bu sayede, organizasyonun müşteri ve tüketicilere sunacağı tüm hizmetlerin geniş bir yelpazesi karşımıza çıkmaktadır (Mirze ve Ülgen, 2004: 186). Misyon ile varlık sebebini sorgulayan organizasyonlar amaç ve hedeflerinin gerçekleştirilmesi için geleceğe yönelik ortaya koydukları vizyonlarını bir arada gerçekleştirebilmektedirler.

Organizasyonların vizyoner olmasını sağlayan bir diğer unsur da yönetim bilimlerinin en önemli kavramlarından olan strateji olgusudur. Stratejiler ile organizasyonlar varlık sebeplerinin yanı sıra gerçekleştirmek istedikleri amaç ve hedeflerini belirlemektedirler. Söz konusu amaç ve hedeflerin hangi araç ve yöntemlerle belirleneceği ve bu amaç ve hedeflere nasıl ulaşılacağı ortaya konulmaktadır. Stratejist yöneticiler amaç ve hedeflerine ulaşabilmek adına çevrelerine ilişkin durum analizleri yapmaktadırlar. Dolayısı ile ortaya koyulan her bir strateji, amaç ve hedeflere ulaşmada kimin, hangi araç ve yöntemlerle nasıl bir yol izleyeceklerine dair yardımcı olmaktadır (Çetin, 2009: 99). Sadece yönetim bilimleri açısından değil, ulaşmak istenen amaç ve hedefler bakımından vizyon ile iç içe bir konu olarak ele almak gerekirse, var olan durumu analiz etme ve sonuç çıkarma sanatı olarak değerlendirmek uygun olmaktadır. Başka bir ifadeyle üst yönetim tarafından belirlenen stratejiler, organizasyonun amaç ve hedeflerine uygun bir şekilde gerçekleştirilmesi için plan ve politikalarla beraber uygulanmakta ve organizasyonun tüm kademelerinde bir görev bilinci olarak aşılanmaktadır (Çetin, 2009: 100; Diamond ve Liddle, 2005: 37).

Vizyon içi belirleyici bir diğer unsur ise organizasyonun tümü ve onun her bir paydaşı için önem arz eden değer kavramıdır. Değerler, bir organizasyonun

hayati ve kalıcı ilkelerini, kendisini oluşturan her bir birey ve grubun uyması gereken kural ve normların oluşturulması ve yönetilmesini ifade etmektedir. Söz konusu kural ve normlar değerlere göre belirlendiğinde, organizasyonu oluşturan her bir bireyin önem verdiği ilkelerde ortaya çıkmaktadır (Çetin, 2009: 100). Organizasyonun görev tanımını kapsayan misyon ile kuruluş ilkeleri değerlere göre şekillenmekte ve amaç ve hedeflere ulaşmak için ortaya koyulan stratejik plan ve politikaların teması belirlenmektedir. Açık ve net olarak belirlenen ilkeler, organizasyonun değerlerini yansıtırken değerler, organizasyonun ileriye yönelik ulaşmasını istediği amaç ve hedeflerine uygun bir şekilde tasarlanmalıdır. Değerlerine önem veren organizasyonlardaki çalışanlar ise performans açısından daha motivasyonel hareket etmekte üst yönetimlerini ve organizasyonun kendisini destekleyici eylemlerde bulunmaktadırlar. Çalışanların bireysel olarak önem verdiği değerler, organizasyonun değerleri ile uyumlu olduğunda söz konusu çalışanlar daha fazla taahhüt altına girmekte ve organizasyonları için daha fazla performans sergilemektedirler. Bu sayede, geleceğe yönelik atılan her bir adım vizyoner bir organizasyonu oluşturmakta ve değerlere göre ilkelerle hareket eden bir örgüt yapısı ortaya çıkmaktadır (Akdemir ve Yılmaz, 2005: 59).

SONUÇ

Literatürde en genel tanımı ile başkaları vasıtası ile iş gördürme sanatı olarak ele alınan yönetim, insanlık var olduğu günden bugüne ve yarına kadar devam etmekte olan bir olgudur. Bir bilim dalı olarak ele alındığında ise yönetim, multidisipliner bir alan olarak karşımıza çıkmakta ve özellikle nüvesini insan faktörü oluşturmaktadır. Gerek tarihsel açıdan gerekse günümüzde sürekli değişen dünya ve insan faktörü yönetimi de yeni ve modern tekniklere doğru yönelttiğini ifade etmek gerekmektedir. Özellikle sanayi devrimi ve sonrasında gerçekleşen endüstriyel devrimler, yönetim alanında ve günümüz organizasyonlarında değişimi irdelemeyi ve ona göre hareket etmeyi zorunlu kılmaktadır.

Hızla değişen çevre ve ona bağlı olarak varlığını sürdürme gayesinde olan organizasyonlar, isteseler de istemeseler de zorunlu olarak değişim süreci içerisinde yer alırlar. Özellikle bilgi enformasyon sistemlerini hızla gelişmesi, başka bir ifadeyle insanların bilgiye daha konforlu ve hızlı erişmesi sayesinde sürekli değişen ve dünden bugüne farklılıkları ortaya koyan bir dünya karşımıza çıkmaktadır. Organizasyonlar ise söz konusu bilgi enformasyonuna uyum sağlamak ve hatta değişimin kendisini yönetebilecek beceri ve donanıma sahip olmak adına kendilerini, çevrelerini daha dikkatli bir şekilde incelemekle sorumlu addetmektedirler. Bu sayede değişimin farkında olan ve buna karşı

alınabilecek önlem, plan, politika ve uygulamaları tüm kademelerine iletebilmektedirler.

Organizasyonların değişen dünyaya ayak uydurabilmeleri ve çevresel koşullara göre hareket etmeleri ise kendileri için uygun stratejilerini belirleyip amaç ve hedeflerine ulaşmak adına kendilerine bir vizyon oluşturmalarından geçmektedir. Her kademedede vizyon yönetimini sağlayan organizasyonlar, etkili ve performansı yüksek bir çalışma koşulları sağlamakta, çalışanlar arasında amaç ve hedeflere uygunluğu belirleyip motivasyonu artırmaktadır. Bu durum ise, yeni düşünce ve fikirleri vizyoner çalışan ve yöneticileri ile geleceğe yönelik atılacak adımları belirlemektedir. Sonuç olarak, çevrelerindeki değişimin farkında olan, hayal gücü yüksek, bilgiyi erişimini kendisine ilke ve değer olarak benimseyen ve yeniliğe açık her bir organizasyon, vizyon yönetimi sayesinde değişime karşı direnç göstermek yerine, rakipleri arasında farkını ortaya koymakta ve sürdürülebilir rekabet üstünlüğü sağlamaktadır.

KAYNAKÇA

1. Akdemir, S., & Yılmaz, A. (2005). *Örgütlerde vizyon ve yönetimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
2. Aktan, C.C. (1999). *Değişim ve yeni global yönetim*. İstanbul: MESS Yayınları.
3. Aktan, C.C. (2011). Organizasyonlarda değişim yönetimi: değişim mühendisliği. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 3(1), 67-78.
4. Alıç, M. (1990). Genel liselerde örgütsel değişme ihtiyacı. *Eskişehir Anadolu Üniversitesi Yayınları*. Yayın No:382.
5. Çetin, S. (2009). Vizyon yönetimi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22(1), 95-103.
6. Dalay, İ., Coşkun, R., & Altunışık R. (2002). *Modern yönetim yaklaşımları*. İstanbul: Beta Yayınları.
7. Eren, E. (2002). *Stratejik yönetim ve işletme politikası*. (6. baskı). İstanbul: Beta Yayınları.
8. Garvin D. (1998). *Building a learning organization* in Harvard Bussiness Review on Knowledge Management. Harvard Bussiness school Publishing, Boston.
9. Güçlü, N., & Şehitoğlu, E. T. (2006). Örgütsel değişim yönetimi. *Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 13(1), 240- 254.
10. Güleş, H. K., & Burgess, T. F. (2000). Günümüz işletmelerinde değişim yönetimi: Yöntemler ve uygulanabilirliği. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 14(1), 101-104.
11. Hussey, D. (1998). *Değişim yönetimi*. (1. Baskı). (A. Çimen, Çev. Ed.). Timaş Yayınları.
12. Kılıç, M. (2010). Stratejik yönetim sürecinde değerler, vizyon ve misyon kavramları arasındaki ilişki. *Sosyoekonomi*, 13(13), 81-98.
13. Klein, M. (1994). Re-engineering methodologies and tools: a prescription for enhancing success. *Information Systems Management*, 11(2), 30-35.
14. Klein M. (1996). Facilitator role in benchmarking operations to improve performance, *Industrial Engineering*, 25(9), 40 – 42.
15. Miller, F. A. (1998). Strategic culture change: The door to achieving high performance and inclusion. *Public Personnel Management*. 27(1), 151-160.
16. Mirze, K., & Ülgen, H. (2004). *İşletmelerde stratejik yönetim*. İstanbul: Literatür Yayınları.

17. Muslu, Ş. (2014). Örgütlerde misyon ve vizyon kavramlarının önemi. *Hak İş Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi*, 3(5), 150-171.
18. Olkun, S. (1996). Örgütsel değişimin yönetimi: Örgüt kültürü ve liderlik faktörü. *Eğitim Yönetimi*. 2(4), 565-574.
19. Solman, U., & Heinze, R. (1995). *Vizyon yönetimi*. İstanbul: Evrim Yayınları.
20. Sullivan, G. R., & Harper, M. V. (1997). *Umut bir yöntem olamaz*. (Çev. Ed., Ayşe Bilge Dicleli). İstanbul: Boyner Yayınları
21. Uluğ, F. (1998). Eğitim sisteminde değişime yapısal uyum sorunları. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Dergisi*, 4(2), 153-166.
22. Taş, A. (2009). Ortaöğretim okul müdürlerinin değişimi yönetme davranışlarına ilişkin öğretmen algılarının değerlendirilmesi. *İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*. 10(2), 1-18.
23. Trahan, B., Warner, B.W., & Koonce, R. (1997). 12 principles of organizational transformation. *Management Review*, 86(8), 17-21.
24. Yaman, Z. (2007). *Organizasyonlarda değişim yönetimi ve işletmelerde değişim yönetimi uygulamalarının etkileri üzerine bir araştırma* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Maltepe Üniversitesi, İstanbul.

32. Bölüm

İşletmeler İçin Stratejik Bir Kaynak Olarak Etik

Ömer Faruk ALADAĞ¹

¹ Dr. Öğr. Üyesi; İnönü Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi,
Uluslararası Ticaret ve İşletmecilik Bölümü
omer.aladag@inonu.edu.tr, ORCID No: 0000-0002-5176-679X

ÖZET

Modern iş dünyasında, stratejik yönetim ve etiğin kesişimi, sürdürülebilir başarı arayan kuruluşlar için kritik bir husus olarak ortaya çıkmıştır. Bu makale, stratejik karar alma ve etik ilkeler arasındaki karmaşık ilişkiyi incelemekte ve bunların uyumlu entegrasyonunun sorumlu kurumsal davranış sağlarken uzun vadeli değer yaratımını nasıl destekleyebileceğini aydınlatmaktadır. Bir disiplin olarak stratejik yönetim, rekabet avantajı elde etmek için hedeflerini, kaynaklarını ve eylemlerini hizalamada kuruluşlara rehberlik eder. Bu arada etik, işletmelerin hedeflerine ulaşma yolundaki davranış ve kararlarını şekillendiren ahlaki bir pusula görevi görür. Makalenin ana teması, etik hususların stratejik karar alma sürecini nasıl geliştirebileceğinin araştırılmasıdır. Etik ilkeleri benimseyen kuruluşlar, paydaşlar arasında güven inşa etmek, çalışanların katılımını teşvik etmek ve olumlu bir kurumsal itibar oluşturmak için avantajlı konumdadır. Buna karşılık, stratejik planlamada etiğin ihmal edilmesi itibar kaybına, yasal yükümlülöklere ve paydaş güveninin erozyona uğramasına yol açabilir. Makale ayrıca, stratejik hedefler etik zorunluluklarla çatıştığında ortaya çıkan zorlukları ve ikilemleri incelemektedir. Kâr güdüleri ile etik sorumlulukların dengelenmesi, potansiyel sonuçların ve ödünleşimlerin dikkatli bir şekilde değerlendirilmesini gerektirir. Makale, küreselleşme bağlamında paydaşların etik açıdan sağlam bir stratejik yönetim için değişen beklentilerinin altını çizmektedir. Bu dinamik, işletmelerin etik konusunda proaktif yaklaşımlar benimsemelerini, bunları kurum kültürüne ve karar alma süreçlerine dahil etmelerini gerektirmektedir. Etik hususlar artık etkili stratejik yönetimin merkezinde yer almaktadır.

GİRİŞ

Modern iş dünyası, teknolojik gelişmeler, değişen tüketici beklentileri, sürdürülebilirlik ve kurumsal sosyal sorumluluğa verilen önemin artmasıyla hızlı ve derin değişimler geçirmektedir. Bu çalışmada, yeni iş dünyasında iş etiğinin stratejik rolü araştırılmakta, örgütlerin karşılaşabileceği zorluklar ve etik ilkelere öncelik verildiğinde ortaya çıkabilecek rekabet avantajları incelenmektedir.

İş dünyası özellikle son yıllarda hızlı bir evrim süreci geçirmiştir. Dinamik piyasa koşulları, küresel bağlantılar ve benzeri görülmemiş seviyede bilgiye erişim ile karakterize edilen yeni bir iş ortamı ortaya çıkmıştır (Gassmann & Ferrandina, 2021:6). Teknolojik gelişmeler sektörleri yeniden şekillendirmiş, örgütlere müşterilere ulaşmak ve yenilikler yapmak için yeni araçlar ve yetenekler sağlamıştır (Fernández-Rovira vd., 2021:1). Ancak bu ilerlemeler aynı zamanda veri gizliliği endişeleri, algoritmik önyargı ve otomasyon tartışmaları gibi etik problemleri de beraberinde getirmiştir (Kordzadeh & Ghasemaghahi, 2022:389). Dahası, günümüzde tüketiciler sosyal açıdan daha bilinçli olup, kendi değerleriyle uyumlu örgütlerle ilişki kurmak istemektedir (Chwialkowska, Bhatti & Glowik, 2020:1; Han, 2021:1022). Destekledikleri örgütlerden şeffaflık, çevresel sürdürülebilirlik, adil işgücü uygulamaları ve etik davranış talep etmektedir (Harris, 2007:50; Wheale & Hinton, 2007:302). Örgütler, itibar ve güvenin çok önemli olduğu karmaşık bir etik ortamda yollarını bulmak zorunda kalmaktadır.

İş etiği, örgütler içinde karar alma ve davranışa rehberlik eden ahlaki ilke ve değerleri ifade eder (Randall & Gibson, 1990:457). Dürüstlük, adalet, hesap verebilirlik ve paydaşlara saygıyı kapsar (Cragg, 2002:103; Parmar vd., 2010:403). Etik standartlara uymak sadece yasal uyum meselesi değil, aynı zamanda yeni iş dünyasında sürdürülebilir rekabetçilik için stratejik bir zorunluluktur (Elms vd., 2010:401). İş etiğine öncelik veren örgütler çeşitli rekabet avantajlarından yararlanmaktadır. İlk olarak, etik davranış örgütün itibarını artırarak müşteriler, yatırımcılar ve diğer paydaşlarla güçlü ilişkiler kurulmasını sağlar (Bull & Adam, 2011:121; Ferrell, 2004:126). İkinci olarak, çalışanların örgütsel bağlılığını artırır, çünkü çalışanların etik ilkeleri benimseyen bir örgüt için çalışırken sadakat ve bağlılıkları daha yüksek düzeydedir (Collier & Esteban, 2007:19). Son olarak, etik uygulamalar uzun vadeli sürdürülebilirliğe katkıda bulunur, riskleri azaltır ve toplum ve çevre üzerindeki olumsuz etkileri en aza indirir (Lau vd., 2017:20). Etik pratikler günümüzde örgütler için rekabet ve büyümeyi doğrudan etkileyen stratejik bir mesele olarak ele alınmalıdır.

Yeni iş ortamı, örgütlere karmaşık etik zorluklar sunmaktadır. Bu zorlukların başında etik hususlar ile kâr arayışı arasında bir denge kurmak gelmektedir. Örgütler genellikle hissedar değerini en üst düzeye çıkarma ve kısa vadeli

finansal kazanç elde etme baskısıyla karşı karşıya kalmakta, bu da bazen etik tavizlere yol açabilmektedir (Jones & Felps, 2013:207; Poitras, 1994:125). Ayrıca etik standartlar kültürel ve bağlamsal farklılıklar gösterebilmektedir. Örgütler çeşitli pazarlara açıldıkça farklı kültürel normlar, yasal çerçeveler ve paydaş beklentileriyle karşılaşmaktadırlar (Scholtens & Dam, 2007:273). Kültürel çeşitliliğe saygı gösterirken evrensel bir dizi etik ilkeye bağlı kalmak hassas bir denge gerektirmektedir (Demuijnck, 2015:817). Bir başka zorluk da örgütler içinde değişime karşı gösterilen dirençtir. Etik uygulamaların hayata geçirilmesi için örgütün yeniden yapılandırılması, politikaların gözden geçirilmesi ve yeni davranış kurallarının benimsenmesi gerekebilir (Racelis, 2010:251). Değişime karşı direncin üstesinden gelmek, etik liderliği teşvik etmek ve etik bir kültür oluşturmak, etiği örgütün dokusuna başarılı bir şekilde entegre etmek için gereklidir (Nelson, Taylor & Walsh, 2014).

Yeni iş ortamı zorlukları beraberinde getirirken, iş etiğini önceliklendiren örgütler için önemli stratejik fırsatlar sunmaktadır (Chang, 2011:361; Kain & Sharma, 2014:39; York, 2009:97). Örgütler, faaliyetlerini etik ilkelerle uyumlu hale getirerek toplumun ve çevrenin refahına katkıda bulunabilirler (Enderle, 2018:620; Rushton, 2002:137). Etik davranış aynı zamanda rekabet avantajı sağlar. Tüketiciler satın alma kararlarının sosyal ve çevresel etkileri konusunda daha bilinçli hale geldikçe, etik uygulamalar sergileyen örgütleri destekleme eğilimleri artmaktadır (Peattie, 2010:195). Etik taahhütlerini proaktif bir şekilde müşterilere ileten ve sözlerine bağlı kalan örgütler sadık bir müşteri tabanını kendilerine çekebilirler (Borgerson vd., 2009:217). Dahası, etik davranışlar paydaşlar arasında güveni artırarak yatırımcılarla, tedarikçilerle ve çalışanlarla sağlam ilişkiler kurulmasını sağlar (Bews & Rossouw, 2002; Trong Tuan, 2012:133). Etik örgütlerin sosyal sorumluluğa önem veren yatırımcıları cezbetme olasılığı daha yüksektir. Tedarikçiler ise adil işgücü uygulamalarına ve sürdürülebilir kaynak kullanımına öncelik veren etik örgütlerle iş birliği yapmaya daha yatkındır (Hofmann, Meier-Pesti & Kirchler, 2007:4).

Teknolojik gelişmelerin, değişen tüketici beklentilerinin ve sürdürülebilirlik kaygılarının sektörlerin dinamiklerini şekillendirdiği yeni iş dünyasında, iş etiğinin önemi giderek artmaktadır. Örgütler iş etiğine yönelik reaktif değil stratejik bir yaklaşım belirlemeli ve etik ilkelere bağlılığın sunduğu fırsatları değerlendirmelidir.

Bu çalışmada iş dünyasını şekillendiren yeni trendler incelenerek bu köklü değişimlerin iş etiğine etkileri tartışılacaktır. Ayrıca örgütlere bu süreçleri daha iyi yönetebilmeleri adına pratiğe yönelik tavsiyeler sunulacaktır.

2. YENİ TRENDLERİN İŞ ETİĞİNE ETKİLERİ

2.1. Teknolojik gelişmelerin iş etiğine etkileri

Teknolojik gelişmeler, örgütlerin iş yapma biçimlerini dönüştürerek benzeri görülmemiş fırsatlar ve zorluklar sunmaktadır. Bu ilerlemeler çok sayıda fayda sağlarken, aynı zamanda örgütlerin çözmesi gereken etik sorunları da beraberinde getirmektedir.

2.1.1. Veri gizliliği ve güvenliği

Teknolojik gelişmeler, örgütlerin büyük miktarlarda veri toplamasına, depolamasına ve analiz etmesine olanak sağlamıştır. Ancak bu yetenek, veri gizliliği ve güvenliğine ilişkin kaygıları da beraberinde getirmektedir. Örgütler bireylerin gizlilik haklarına saygı göstermeli, kişisel verileri korumak için sağlam güvenlik önlemleri uygulamalıdır (Martin & Murphy, 2017:135). Veri ihlallerinin ve kötüye kullanımların yaygınlaşması, etik veri yönetimi uygulamalarının öneminin altını çizmektedir. Örgütler, paydaşların güvenliğini korumak için Genel Veri Koruma Yönetmeliği (GDPR) gibi yasal düzenlemelere uymalı ve veri gizliliği politikaları oluşturmalıdır (Hoofnagle, Van Der Sloot & Borgesius, 2019:65).

Örgütler teknolojiye giderek daha fazla bağımlı hale geldikçe, siber güvenlik önlemleri de geliştirilmelidir. Örgütler, siber saldırılara karşı korunmak için altyapısı yatırımları yapmaya ve sektördeki en iyi uygulamaları benimsemeye öncelik vermelidir (Hasan vd., 2021:11). Örgütlerin siber güvenlik vakalarını nasıl ele alacakları ve etkilenen paydaşlarla nasıl iletişim kuracakları konusunda önceden belirlenmiş politikaları olmalıdır (Fleischman vd., 2023:488).

2.1.2. Otomasyon ve işin geleceği

Yapay zekâ ve robotik gibi otomasyon teknolojileri, sektörleri dönüştürme ve işgücünü yeniden şekillendirme potansiyeline sahiptir (Acemoglu & Restrepo, 2019:3). Otomasyon, verimlilik ve üretkenlik artışı gibi faydalar sunarken, aynı zamanda iş kaybı ve işgücü dönüşümü ile ilgili etik kaygıları gündeme getirmektedir (Mc Clure, 2018:139). Örgütler otomasyonun etik sonuçlarını göz önünde bulundurmalı, otomasyondan etkilenen çalışanlara yeniden eğitim verilmesini ve yeni rollere geçiş için destek sağlanmasını temin etmelidir (Schmidpeter & Winter-Ebmer, 2021:1).

2.1.3. Algoritmik önyargı ve adalet

Yapay zekâ ve makine öğrenimi algoritmaları stratejik karar alma süreçlerinde giderek daha fazla söz sahibi olmaktadır. Ancak bu algoritmalar, ayrımcılığa yol açabilecek ve sosyal eşitsizlikleri sürdürebilecek önyargılara karşı bağışık

değildir (Kordzadeh & Ghasemaghaci, 2022:389). Örgütler, algoritmalarındaki önyargıları tespit etmek ve azaltmak için etik yönergeler uygulayarak ve düzenli denetimler yaparak algoritmik önyargıları aktif bir şekilde ele almalıdır (Kelly-Lyth, 2021:899). Veri toplama ve algoritma geliştirme ekiplerinde çeşitliliğin teşvik edilmesi, önyargıların azaltılmasına ve algoritmik karar alma süreçlerinde adaletin sağlanmasına yardımcı olabilir.

2.1.4. Dijital uçurum ve kapsayıcılık

Bütün ilerlemelere rağmen dijital uçurum devam etmekte ve teknolojiye erişim, internet bağlantısı ve dijital okuryazarlık konularında eşitsizlikler giderilememektedir (Lythreath, Singh & El-Kassar, 2022:1). Bu uçurum mevcut sosyal ve ekonomik eşitsizlikleri daha da kötüleştirebilir (Tewathia, Kamath & Ilavarasan, 2020:8). Örgütler dijital uçurumun kapatılması için farklı paydaşlarla iş birliği yapmayı, dijital okuryazarlık programlarını desteklemeyi ve dijital katılımı teşvik eden politikaları savunabilirler (Vassilakopoulou & Hustad, 2021:965).

2.2. Sürdürülebilirlik ve sosyal sorumluluk

İş dünyasında sürdürülebilirlik ve sosyal sorumluluğa yapılan vurgunun artması sonucu, örgütlerin etik hususları sürdürülebilirlik ve sosyal sorumluluk uygulamalarına entegre etmeleri giderek daha fazla beklenmektedir. Sürdürülebilirlik ve sosyal sorumluluk, dünya çapındaki örgütler için öncelikli hususlar haline gelmiştir.

2.2.1. Sürdürülebilirlik ve etik karar alma süreci

Sürdürülebilirlik ve etik karar alma, doğaları gereği iç içe geçmiş kavramlardır (De Bakker, Rasche & Ponte, 2019:344). Örgütler sürdürülebilirlik hedeflerini gerçekleştirirken eylemlerinin etik sonuçlarını göz önünde bulundurmalıdır. Örneğin, tedarik zinciri yönetiminde adil işgücü uygulamaları, sorumlu kaynak kullanımı ve çevresel etkinin en aza indirilmesi etik sorumluluğu yansıtan ilkelerdir (Paulraj, Chen & Blome, 2017:242). Sürdürülebilirlik için etik karar alma, ekonomik, çevresel ve sosyal önceliklerin dengelenmesini gerektirir. Örgütler birden fazla alanda olumlu etkiler yaratmayı amaçlarken eylemlerinin potansiyel ödünleşimlerini ve istenmeyen sonuçlarını değerlendirmelidir (Gurzawska, 2020:268).

2.2.2. Etik ilkelerin kurumsal sosyal sorumluluk girişimlerine entegrasyonu

Kurumsal sosyal sorumluluk (KSS) girişimleri, örgütlere etik davranış ve sosyal faydaya olan bağlılıklarını göstermeleri için bir platform sağlar. Örgütler,

KSS faaliyetlerinin yalnızca yüzeysel jestler değil, olumlu sosyal etki yaratmaya yönelik anlamlı çabalar olmasını sağlamalıdır. KSS projelerinde etik uygulamalar arasında uzun vadeli etkilerin dikkate alınması, niyetler ve sonuçlar konusunda şeffaf olunması ve tüm çabalarda dürüstlüğün korunması sayılabilir (Zheng, Luo & Wang, 2014:405).

2.2.3. Sürdürülebilirlik performansının ölçülmesi ve raporlanmasında etik zorluklar

Sürdürülebilirlik performansının ölçülmesi ve raporlanması, ilgili ölçütlerin seçimi, verilerin doğruluğu ve şeffaflık gibi etik konuları gündeme getirir (Qorri, Mujkic & Kraslawski, 2018:570). Örgütler sürdürülebilirlik raporlamalarının inandırıcı, güvenilir ve kabul görmüş çerçevelerle uyumlu olmasını sağlamalıdır. Sürdürülebilirlik performansının ölçülmesi ve raporlanmasında kaçınılması gereken etik sorunlar arasında yeşil yıkama, veri toplama ve analizlerde yanıltıcılık ve paydaşlarla iletişim kanallarının kapalı olması yer alır (de Freitas Netto vd., 2020:7).

2.3. Küreselleşme

2.3.1. İşçi hakları

Küreselleşme ve uluslararası genişleme, üretimde dış kaynak kullanımına ve küresel tedarik zincirlerine olan bağımlılığın artmasına yol açmıştır (Marsillac & Roh, 2014:317). Bu durum, özellikle gelişmekte olan ülkelerde işçi hakları ve çalışma koşullarına ilişkin etik kaygıları artırmıştır (Mosley & Uno, 2007:923).

2.3.2. Çevresel sürdürülebilirlik

Küreselleşme, artan üretim ve ulaşım faaliyetleri nedeniyle şirketlerin kaynak tüketimini ve çevresel etkilerini genişletmiştir. Yenilenebilir enerji kullanımı, sorumlu kaynak çıkarımı ve çevre dostu ambalajlama gibi sürdürülebilir iş uygulamaları, çevresel risklerin azaltılması ve sürdürülebilir bir geleceğin teşvik edilmesi için çok önemlidir (Christmann & Taylor, 2002:123).

2.3.3. Kültürel çeşitlilik ve saygı

Küreselleşme, farklı kültürlerden insanları bir araya getirmekte ve örgütlerin kapsayıcılığı ve kültürel farklılıklara saygıyı teşvik etmesini gerektirmektedir (Ermasova, 2021:111). Örgütler kültürel çeşitliliği desteklemeli, kültürlerarası anlayışı geliştirmeli ve ayrımcılığı önleyen ve politikalar oluşturmalıdır (Lauring, 2013:211).

2.3.4. Tedarik zinciri etiği

Küresel tedarik zincirleri işgücü sömürüsü, insan hakları ihlalleri ve adil olmayan ticaret uygulamaları gibi konularla anılmaktadır (Clarke & Boersma, 2017:112). Tedarikçi davranış kurallarını uygulamak, düzenli denetimler yapmak ve tedarikçilerle etik uygulamalar konusunda iletişim kurmak, tedarik zincirinde etik dışı davranışları önlemek için çok önemlidir (Gonzalez-Padron, 2016:23; Quarshie, Salmi & Leuschner, 2016:82).

2.3.5. Yolsuzluk ve rüşvet

Küreselleşme, örgütleri özellikle yolsuzluğun yüksek olduğu bölgelerde politik risklere maruz bırakabilir. Yozlaşmaya karşı alınabilecek önlemler arasında çalışanların eğitimi, devlet görevlileri ve üçüncü taraflarla etkileşim için kurallar belirlenmesi ve iş ortakları hakkında durum tespiti yapılması yer alır (Doh vd., 2003:115). Şeffaf mali uygulamaların hayata geçirilmesi ve Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi gibi yolsuzlukla mücadele eden uluslararası girişimlerin desteklenmesi, etik iş davranışının teşvik edilmesinde önemli adımlardır.

2.4. İş gücü dönüşümü

Teknolojik gelişmeler, değişen iş dinamikleri ve toplumsal beklentiler tarafından belirlenen işyeri dönüşümü, iş etiği üzerinde önemli etkilere sahiptir (Marsh, Vallejos & Spence, 2022:1). Örgütler yeni çalışma biçimlerine uyum sağladıkça, yeni etik konular ön plana çıkmaktadır. Örgütler yeni teknolojilere, değişen iş dinamiklerine ve değişen toplumsal beklentilere uyum sağladıkça, işyeri dönüşümü çağdaş iş dünyasında baskın bir tema haline gelmiştir (Chatterjee vd., 2023:2).

2.4.1. Uzaktan çalışmanın etik etkileri

Uzaktan çalışmanın yükselişi, iş etiği açısından fırsatlar ve zorluklar sunmaktadır. Etik iyi uygulamalar arasında tükenmişliğin önlenmesi, kariyer gelişimi için eşit fırsatların teşvik edilmesi ve uzaktan çalışanlar için aidiyet ve kapsayıcılık duygusunun geliştirilmesi yer almaktadır (Hayes vd., 2021:10).

2.4.2. Çalışan refahı

İşyeri dönüşümü, fiziksel, zihinsel ve duygusal sağlığı kapsayan çalışan refahına artan bir ilgi getirmiştir (Kalliath & Kalliath, 2012:729). Örgütler, stres, iş-yaşam dengesi, taciz ve ayrımcılığın önlenmesi gibi konuları dikkate alarak çalışanların refahına öncelik veren politika ve uygulamaları hayata geçirmelidir (Zheng vd., 2015:354).

2.4.3. Çeşitlilik ve kapsayıcılık

Örgütler, çeşitliliğin temsili için aktif olarak çaba göstermeli, kapsayıcı politikalar ve uygulamalar oluşturmali ve farklılıklara saygı duyan ve bunları kutlayan bir kültür yaratmalıdır (Rice, Young & Sheridan, 2021:267). Etik hususlar arasında önyargılarla mücadele etmek, eşit işe eşit ücret sağlamak ve yeterince temsil edilmeyen gruplara destek sağlamak yer alır.

3. ÖRGÜTLERE ÖNERİLER

3.1. Teknolojik gelişmelerden kaynaklanan etik risklerin azaltılması

3.1.1. Teknoloji kullanımı için etik kurallar oluşturulması

Etik riskleri azaltmak için örgütler teknoloji kullanımına yönelik net kılavuz ilkeler belirlemelidir. Bu kılavuz ilkeler veri gizliliği, algoritmik önyargı, yapay zekâ ve gelişmekte olan teknolojilerin sorumlu kullanımı gibi alanları kapsamalıdır (Garegnani, Merlotti & Russo, 2015:541). Örgütler etik ilkelerin geliştirilmesinde çalışan katılımını ve farklı bakış açılarının dikkate alınmasını sağlamalıdır (Hill & Rapp, 2014:621). Çalışanların kılavuz ilkeleri ve bunların sonuçlarını anlamalarını sağlamak için etik teknoloji kullanımına ilişkin eğitim programları düzenlenmelidir.

3.1.2. Sorumlu inovasyon kültürünün teşvik edilmesi

Teknolojik gelişmelerle ilişkili etik riskleri azaltmak için sorumluluk temelli bir inovasyon kültürü şarttır (Lubberink vd., 2017:721). Örgütler, çalışanlarını teknoloji kaynaklı etik sorunları belirleme ve ele alma konusunda proaktif olmaya teşvik etmelidir. Örgütler açık iletişimi destekleyerek ve bölümler arası iş birliğini teşvik ederek sorumlu inovasyon kültürünü geliştirebilirler. Ayrıca yeni teknolojiler ve inovasyonların kurumsal değerler ve etik ilkelerle uyumunu sağlamak için düzenli değerlendirmeler yapılmalıdır. Etik davranışın ve sorumlu inovasyonun ödüllendirilmesi, arzu edilen ilkeleri daha da güçlendirebilir.

3.1.3. Veri gizliliği ve güvenliğine öncelik verme

Veri gizliliği ve güvenliği, hızlı teknoloji çağında kritik önem taşıyan konulardır. Veri gizliliği ve güvenliğini sağlamak için örgütler politikalar tasarlamalı, şifreleme ve güvenli depolama önlemleri almalı, düzenli güvenlik denetimleri yapmalı ve güvenlik konusunda eğitim vermelidir (Hoofnagle, Van Der Sloot & Borgesius, 2019:65).

3.1.4. Etik karar verme süreçlerine katılım

Etik karar alma süreçleri kapsayıcı, şeffaf ve iyi belgelendirilmiş olmalıdır. Örgütler, çalışanlarına etik karar verme araçları ve çerçeveleri sağlayarak, etik tartışmaları kolaylaştırarak ve fonksiyonlar arası iş birliğini teşvik ederek etik karar vermeyi kolaylaştırabilirler (Storaker, Naden & Saeteren, 2019:720).

3.2. Değişen tüketici davranışlarından kaynaklanan etik risklerin azaltılması

Değişen tüketici davranışlarından kaynaklı riskleri başarılı bir şekilde yönetmek için örgütler etik kültürü benimsemeli ve ürünlerini tüketici beklentileriyle uyumlu hale getirmelidir. Örgütler, tüketicilerin güvenliğini kazanmak ve korumak için bu değişimleri öngörmeli ve bunlara yanıt vermelidir.

3.2.1. Etik pazarlama

Etik pazarlama kapsamında müşteriye doğru bilgi sağlamak, yeşil yıkamadan kaçınmak ve tüketici ihtiyaç ve beklentilerini gerçekten karşılayan ürün ve hizmetleri tanıtmak vazgeçilmezdir. Etik pazarlama, değişen tüketici davranışlarıyla ilişkili etik riskleri azaltmak için etkili bir çözümdür (Lee & Jin, 2019:1). İşletmeler pazarlama uygulamalarının dürüst, şeffaf ve tüketici haklarına saygılı olmasını sağlamalıdır. Yanıltıcı reklamlardan, abartılı iddialardan ve manipülatif taktiklerden kaçınılmalıdır. Örgütler pazarlama mesajlarını etik ilkelerle uyumlu hale getirmeli, ürün ve hizmetlerinin potansiyel sosyal, çevresel ve sağlık etkilerini göz önünde bulundurmalıdır (Laczniak & Murphy, 1991:259).

3.2.2. Şeffaf iletişim

Şeffaf iletişim, değişen tüketici davranışlarından kaynaklanan etik risklerin azaltılmasında kilit öneme sahiptir (Leich, 2017:1503). İşletmeler iletişimlerinde açık ve dürüst olmalı, ürün veya hizmetleriyle ilgili potansiyel riskler ve zorluklarla yüzleşmelidir. Şeffaf iletişim güven tesis eder ve tüketicilerin bilinçli kararlar almasını sağlar (Gurau, 2008:170). Örgütler, ürün içerikleri, kaynak kullanımı, üretim süreçleri ve ürün kullanımıyla ilişkili potansiyel riskler hakkındaki bilgileri açıkça paylaşmalıdır. Tüketici endişelerini yönetmede açıklık, müşteri desteği sağlama ve geri bildirimlere duyarlı olma şeffaf iletişimin ayrılmaz parçalarıdır.

3.2.3. Sorumlu ürün geliştirme

Sorumlu ürün geliştirme pratikleri, etik riskleri azaltmak ve değişen tüketici davranışlarına uyum sağlamak için etkili bir yöntemdir (Marchand & Walker,

2008:1163). Örgütler, ürünlerinin yaşam döngüsü boyunca sosyal, çevresel ve sağlık etkilerini göz önünde bulundurmalıdır. Ekolojik tasarım uygulamalarının hayata geçirilmesi, ambalaj atıklarının azaltılması ve ürün dayanıklılığının, tamir edilebilirliğinin ve geri dönüştürülebilirliğinin teşvik edilmesi sorumlu ürün geliştirmeye katkıda bulunur (Dahmani vd., 2021:8).

3.3. Sürdürülebilirlik ve sosyal sorumluluk trendlerinden kaynaklanan etik risklerin azaltılması

3.3.1. Sürdürülebilirliğin temel iş stratejilerine entegre edilmesi

Etik riskleri azaltmak için örgütler sürdürülebilirliği temel iş stratejilerine entegre etmelidir (Evans vd., 2017:597). Bu, sürdürülebilirliğin örgüt faaliyetlerinin tamamına yerleştirilmesini içeren bir kültürel değişimi gerektirmektedir. Örgütler, en büyük olumlu etkiyi yaratabilecekleri alanları belirleyerek kapsamlı sürdürülebilirlik değerlendirmeleri yapmalıdır. İş stratejilerini sürdürülebilir kalkınma hedefleriyle uyumlu hale getiren örgütler etik risklerin önünü alabilir, çevresel ayak izlerini azaltabilir ve toplum refahına katkıda bulunabilirler (Nostrabadi vd., 2019:24).

3.3.2. Şeffaflık ve hesap verebilirliğin teşvik edilmesi

Şeffaflık ve hesap verebilirlik, sürdürülebilirlik ve sosyal sorumlulukla bir arada ele alınması kaçınılmaz olan konulardır (Mason, 2020:98; Mol, 2015:154). Örgüt raporları şeffaf bir şekilde bilgi paylaşmaya yönelik olmalıdır. Sürdürülebilirlik raporları veya çevresel, sosyal ve yönetişimsel etki raporları gibi araçlar, örgütlerin şeffaflık ve hesap verebilirliğe olan bağlılıklarını göstermelerine olanak tanır (Caputo vd., 2021:3471). Paydaşlara doğru ve ilgili bilgiler sağlayarak örgütler güven tesis eder ve itibarlarını artırır.

3.3.3. Paydaş katılımının sağlanması

Paydaşların katılımını sağlamak, sürdürülebilirlik ve sosyal sorumlulukla ilgili etik riskleri azaltmak için önemli destekçiler edinmek demektir (Bell, Morse & Shah, 2012:13). Örgütler paydaşların endişelerini aktif bir şekilde dinlemeli ve görüşlerini karar alma süreçlerine dahil etmelidir. Çalışanlar, müşteriler, yerel topluluklar, sivil toplum dahil olmak üzere paydaşlarla diyalog kurmak, örgütlerin değerli içgörüler ve bakış açıları kazanmasını sağlar. Paydaşların katılımını sağlamak örgütlerin potansiyel etik sorunları belirlemelerine, toplumsal beklentileri anlamalarına ve sürdürülebilir çözümler geliştirmelerine olanak tanır (Benites-Lazaro & Mello-Thery, 2019:254; Yuen vd., 2020:44).

3.4. İşgücü dönüşümü trendlerinden kaynaklanan etik risklerin azaltılması

3.4.1. Etik liderlik

Liderler etik davranışlar sergileyerek, dürüstlük kültürünü teşvik ederek ve etik karar almayı destekleyerek iyi örnek teşkil etmelidir (Khan vd., 2019:2). Etik liderler, işgücü dönüşümünün karmaşıklıklarını etik bir şekilde yönetir, çalışan haklarını ve refahını korur ve olumlu bir çalışma ortamını teşvik eder (Kuenzi, Mayer & Greenbaum, 2020:43). Örgütler etik liderlik becerilerinin geliştirilmesine öncelik vermeli, etik karar alma konusunda eğitim sağlamalı ve işgücü dönüşümünün tüm yönlerine rehberlik eden etik kurallar oluşturmalıdır (Sharma, Agrawal & Khandelwal, 2019:712).

3.4.2. Çalışanların refahı

Örgütler, değişimlerin çalışanlar üzerindeki etkisinin farkında olmalı, onların endişelerini gidermek ve sağlıklı bir iş-yaşam dengesi sağlamak için önlemler almalıdır (Rasool vd., 2021:9). Esnek çalışma düzenlemeleri, psikolojik hizmetler ve iş-yaşam dengesi politikaları gibi programları uygulamak, etik uygulamalara ve çalışan bakımına sadakati gösterir (Grossmeier vd., 2020:349).

3.4.3. Çeşitlilik ve kapsayıcılık

Çeşitliliğin ve kapsayıcılığın teşvik edilmesi, örgütlerin uygulamalarını değerlendirmelerini, kapsayıcılığın önündeki engelleri kaldırmalarını ve çeşitli ve kapsayıcı liderlik ekipleri kurmalarını gerektirir (Triana vd., 2021:145). Çeşitliliği benimsemek ve kapsayıcı bir kültürü teşvik etmek çalışan bağlılığını, inovasyonu ve genel iş performansını artırabilir.

3.4.4. Sürekli öğrenme ve gelişim

Örgütler, çalışanlarına yeni teknolojilere ve iş modellerine uyum sağlamaları için kendilerini yenileme fırsatları sunmalıdır (Mittal, Dhiman & Lamba, 2019:1255). Bu, çalışanların bağlılıklarını sürdürmelerini, gerekli becerilerle donatılmalarını ve gelecekteki değişikliklere hazırlıklı olmalarını sağlar (Darmawan vd., 2020:2586). Güçlü öğrenme ve gelişim programları, mentorluk girişimleri ve bilgi paylaşım platformları, sürekli büyüme kültürünün bileşenleri arasındadır (Dachner vd., 2021:5; Saks, 2022:7). Örgütler çalışan gelişimine yatırım yaparak etik uygulamalara, çalışanların refahına ve uzun vadeli başarıya olan bağlılıklarını gösterirler.

4. SONUÇ

Dinamik ve sürekli değişen yeni iş dünyası, etik alanında işletmeler için hem fırsatlar hem de zorluklar sunmaktadır. Bu makalede iş etiğinin stratejik bir kaynak olarak önemi, iş dünyasını şekillendiren son trendler ve işletmelerin faaliyetlerinin çeşitli yönlerinde etik riskleri nasıl azaltabilecekleri ele alınmıştır.

İş dünyasında etik davranış sadece güveni teşvik etmek ve paydaş ilişkilerini geliştirmekle kalmaz, aynı zamanda uzun vadeli başarı ve sürdürülebilirliğe de katkıda bulunur. Küresel iş dünyası dönüşmeye devam ettikçe, etik ilkelerin iş uygulamalarına entegrasyonu stratejik yönetimin temel bir unsuru haline gelecektir.

Sonuç olarak yeni iş ortamı, işletmelerin etiği stratejilerine ve operasyonlarına entegre etmeleri için önemli teşvikler sunmaktadır. Etik uygulamaları benimsemek yalnızca riskleri azaltmakla kalmaz, aynı zamanda paydaşların güvenini artırır, itibarı güçlendirir ve işletmeleri topluma katkı sağlayan bileşenler olarak konumlandırır.

Yeni iş dünyasında başarılı olmak için kuruluşlar etiğe öncelik vermeli, sorumlu uygulamaları benimsemeli ve karmaşık etik ikilemlerle aktif bir şekilde ilgilenmelidir. Bunu yaparak, işletmeler zorlukları fırsata çevirebilir ve daha etik, sürdürülebilir ve müreffeh bir küresel iş ekosistemine katkıda bulunabilirler. Araştırmacılar, politika yapıcılar ve iş dünyası liderleri etik meselelerde iş birliği yaptıkça yenilikçilik, sorumluluk ve olumlu toplumsal etki de güçlü şekilde yayılacaktır.

KAYNAKÇA

1. Acemoglu, D., & Restrepo, P. (2019). Automation and new tasks: How technology displaces and reinstates labor. *Journal of Economic Perspectives*, 33(2), 3-30.
2. Bell, S., Morse, S., & Shah, R. A. (2012). Understanding stakeholder participation in research as part of sustainable development. *Journal of Environmental Management*, 101, 13-22.
3. Benites-Lazaro, L. L., & Mello-Thery, N. A. (2019). Empowering communities? Local stakeholders' participation in the clean development mechanism in Latin America. *World development*, 114, 254-266.
4. Bews, N. F., & Rossouw, G. J. (2002). A role for business ethics in facilitating trustworthiness. *Journal of Business Ethics*, 39, 377-390.
5. Borgerson, J. L., Schroeder, J. E., Escudero Magnusson, M., & Magnusson, F. (2009). Corporate communication, ethics, and operational identity: a case study of Benetton. *Business Ethics: A European Review*, 18(3), 209-223.
6. Bull, C., & Adam, A. (2011). Virtue ethics and customer relationship management: towards a more holistic approach for the development of 'best practice'. *Business Ethics: A European Review*, 20(2), 121-130.
7. Caputo, F., Pizzi, S., Ligorio, L., & Leopizzi, R. (2021). Enhancing environmental information transparency through corporate social responsibility reporting regulation. *Business Strategy and the Environment*, 30(8), 3470-3484.
8. Chang, C. H. (2011). The influence of corporate environmental ethics on competitive advantage: The mediation role of green innovation. *Journal of Business Ethics*, 104, 361-370.
9. Chatterjee, S., Chaudhuri, R., Vrontis, D., & Giovando, G. (2023). Digital workplace and organization performance: Moderating role of digital leadership capability. *Journal of Innovation & Knowledge*, 8(1), 100334.
10. Christmann, P., & Taylor, G. (2002). Globalization and the environment: Strategies for international voluntary environmental initiatives. *Academy of Management Perspectives*, 16(3), 121-135.
11. Chwialkowska, A., Bhatti, W. A., & Glowik, M. (2020). The influence of cultural values on pro-environmental behavior. *Journal of Cleaner Production*, 268, 122305.
12. Clarke, T., & Boersma, M. (2017). The governance of global value chains: Unresolved human rights, environmental and ethical dilemmas in the apple supply chain. *Journal of Business Ethics*, 143, 111-131.

13. Collier, J., & Esteban, R. (2007). Corporate social responsibility and employee commitment. *Business ethics: A European review*, 16(1), 19-33.
14. Cragg, W. (2002). Business ethics and stakeholder theory. *Business Ethics Quarterly*, 12(2), 113-142.
15. Dachner, A. M., Ellingson, J. E., Noe, R. A., & Saxton, B. M. (2021). The future of employee development. *Human Resource Management Review*, 31(2), 100732.
16. Dahmani, N., Benhida, K., Belhadi, A., Kamble, S., Elfezazi, S., & Jauhar, S. K. (2021). Smart circular product design strategies towards eco-effective production systems: A lean eco-design industry 4.0 framework. *Journal of Cleaner Production*, 320, 128847.
17. Darmawan, D., Mardikaningsih, R., Sinambela, E. A., Arifin, S., Putra, A. R., Hariani, M., ... & Issalillah, F. (2020). The quality of human resources, job performance and employee loyalty. *International Journal of Psychosocial Rehabilitation*, 24(3), 2580-2592.
18. De Bakker, F. G., Rasche, A., & Ponte, S. (2019). Multi-stakeholder initiatives on sustainability: A cross-disciplinary review and research agenda for business ethics. *Business Ethics Quarterly*, 29(3), 343-383.
19. de Freitas Netto, S. V., Sobral, M. F. F., Ribeiro, A. R. B., & Soares, G. R. D. L. (2020). Concepts and forms of greenwashing: A systematic review. *Environmental Sciences Europe*, 32(1), 1-12.
20. Demuijnck, G. (2015). Universal values and virtues in management versus cross-cultural moral relativism: An educational strategy to clear the ground for business ethics. *Journal of Business Ethics*, 128, 817-835.
21. Doh, J. P., Rodriguez, P., Uhlenbruck, K., Collins, J., & Eden, L. (2003). Coping with corruption in foreign markets. *Academy of Management Perspectives*, 17(3), 114-127.
22. Elms, H., Brammer, S., Harris, J. D., & Phillips, R. A. (2010). New directions in strategic management and business ethics. *Business Ethics Quarterly*, 20(3), 401-425.
23. Enderle, G. (2018). How can business ethics strengthen the social cohesion of a society?. *Journal of Business Ethics*, 150, 619-629.
24. Ermasova, N. (2021). Cross-cultural issues in business ethics: A review and research agenda. *International Journal of Cross Cultural Management*, 21(1), 95-121.
25. Evans, S., Vladimirova, D., Holgado, M., Van Fossen, K., Yang, M., Silva, E. A., & Barlow, C. Y. (2017). Business model innovation for sustainability: Towards a unified perspective for creation of sustainable business models. *Business strategy and the environment*, 26(5), 597-608.

- 26.Fernández-Rovira, C., Valdés, J. Á., Molleví, G., & Nicolas-Sans, R. (2021). The digital transformation of business. Towards the datafication of the relationship with customers. *Technological Forecasting and Social Change*, 162, 120339.
- 27.Ferrell, O. C. (2004). Business ethics and customer stakeholders. *Academy of Management Perspectives*, 18(2), 126-129.
- 28.Fleischman, G. M., Valentine, S. R., Curtis, M. B., & Mohapatra, P. S. (2023). The Influence of Ethical Beliefs and Attitudes, Norms, and Prior Outcomes on Cybersecurity Investment Decisions. *Business & Society*, 62(3), 488-529.
- 29.Garegnani, G. M., Merlotti, E. P., & Russo, A. (2015). Scoring firms' codes of ethics: An explorative study of quality drivers. *Journal of Business Ethics*, 126, 541-557.
- 30.Gassmann, O., & Ferrandina, F. (Eds.). (2021). *Connected Business: Create Value in a Networked Economy*. Springer Nature.
- 31.Gonzalez-Padron, T. L. (2016). Ethics in the supply chain: Follow-up processes to audit results. *Journal of Marketing Channels*, 23(1-2), 22-33.
- 32.Grossmeier, J., Castle, P. H., Pitts, J. S., Saringer, C., Jenkins, K. R., Imboden, M. T., ... & Mason, S. T. (2020). Workplace well-being factors that predict employee participation, health and medical cost impact, and perceived support. *American Journal of Health Promotion*, 34(4), 349-358.
- 33.Gurău, C. (2008). Integrated online marketing communication: implementation and management. *Journal of Communication Management*, 12(2), 169-184.
- 34.Gurzawska, A. (2020). Towards responsible and sustainable supply chains–innovation, multi-stakeholder approach and governance. *Philosophy of Management*, 19(3), 267-295.
- 35.Han, H. (2021). Consumer behavior and environmental sustainability in tourism and hospitality: A review of theories, concepts, and latest research. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(7), 1021-1042.
- 36.Harris, S. M. (2007). Does sustainability sell? Market responses to sustainability certification. *Management of Environmental Quality: An International Journal*, 18(1), 50-60.
- 37.Hasan, S., Ali, M., Kurnia, S., & Thurasamy, R. (2021). Evaluating the cyber security readiness of organizations and its influence on performance. *Journal of Information Security and Applications*, 58, 102726.

- 38.Hayes, S. W., Priestley, J. L., Moore, B. A., & Ray, H. E. (2021). Perceived stress, work-related burnout, and working from home before and during COVID-19: An examination of workers in the United States. *Sage Open*, 11(4), 21582440211058193.
- 39.Hill, R. P., & Rapp, J. M. (2014). Codes of ethical conduct: A bottom-up approach. *Journal of Business Ethics*, 123, 621-630.
- 40.Hofmann, E., Meier-Pesti, K., & Kirchler, E. (2007). The decision process for ethical investment. *Journal of Financial Services Marketing*, 12, 4-16.
- 41.Hoofnagle, C. J., Van Der Sloot, B., & Borgesius, F. Z. (2019). The European Union general data protection regulation: what it is and what it means. *Information & Communications Technology Law*, 28(1), 65-98.
- 42.Jones, T. M., & Felps, W. (2013). Shareholder wealth maximization and social welfare: A utilitarian critique. *Business Ethics Quarterly*, 23(2), 207-238.
- 43.Kain, P., & Sharma, S. (2014). Business ethics as competitive advantage for companies in the globalized era. *Journal of Management Sciences and Technology*, 3(1), 39-46.
- 44.Kalliath, T., & Kalliath, P. (2012). Changing work environments and employee wellbeing: an introduction. *International Journal of Manpower*, 33(7), 729-737.
- 45.Kelly-Lyth, A. (2021). Challenging biased hiring algorithms. *Oxford Journal of Legal Studies*, 41(4), 899-928.
- 46.Khan, M. A. S., Jianguo, D., Ali, M., Saleem, S., & Usman, M. (2019). Interrelations between ethical leadership, green psychological climate, and organizational environmental citizenship behavior: A moderated mediation model. *Frontiers in Psychology*, 10, 1977.
- 47.Kordzadeh, N., & Ghasemaghaei, M. (2022). Algorithmic bias: review, synthesis, and future research directions. *European Journal of Information Systems*, 31(3), 388-409.
- 48.Kuenzi, M., Mayer, D. M., & Greenbaum, R. L. (2020). Creating an ethical organizational environment: The relationship between ethical leadership, ethical organizational climate, and unethical behavior. *Personnel Psychology*, 73(1), 43-71.
- 49.Laczniak, G. R., & Murphy, P. E. (1991). Fostering ethical marketing decisions. *Journal of Business Ethics*, 10, 259-271.
- 50.Lau, P. Y. Y., Tong, J. L. T., Lien, B. Y. H., Hsu, Y. C., & Chong, C. L. (2017). Ethical work climate, employee commitment and proactive customer service performance: Test of the mediating effects of

- organizational politics. *Journal of Retailing and consumer services*, 35, 20-26.
- 51.Lauring, J. (2013). International diversity management: Global ideals and local responses. *British Journal of Management*, 24(2), 211-224.
- 52.Lee, J. Y., & Jin, C. H. (2019). The role of ethical marketing issues in consumer-brand relationship. *Sustainability*, 11(23), 6536.
- 53.Leitch, S. R. (2017). The transparency construct in corporate marketing. *European Journal of Marketing*, 51(9/10), 1503-1509.
- 54.Lubberink, R., Blok, V., Van Ophem, J., & Omta, O. (2017). Lessons for responsible innovation in the business context: A systematic literature review of responsible, social and sustainable innovation practices. *Sustainability*, 9(5), 721-752.
- 55.Lythreatis, S., Singh, S. K., & El-Kassar, A. N. (2022). The digital divide: A review and future research agenda. *Technological Forecasting and Social Change*, 175, 121359.
- 56.Marchand, A., & Walker, S. (2008). Product development and responsible consumption: designing alternatives for sustainable lifestyles. *Journal of Cleaner Production*, 16(11), 1163-1169.
- 57.Marsh, E., Vallejos, E. P., & Spence, A. (2022). The digital workplace and its dark side: An integrative review. *Computers in Human Behavior*, 128, 107118.
- 58.Marsillac, E., & Roh, J. J. (2014). Connecting product design, process and supply chain decisions to strengthen global supply chain capabilities. *International Journal of Production Economics*, 147, 317-329.
- 59.Martin, K. D., & Murphy, P. E. (2017). The role of data privacy in marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 45, 135-155.
- 60.Mason, M. (2020). Transparency, accountability and empowerment in sustainability governance: a conceptual review. *Journal of Environmental Policy & Planning*, 22(1), 98-111.
- 61.McClure, P. K. (2018). "You're fired," says the robot: The rise of automation in the workplace, technophobes, and fears of unemployment. *Social Science Computer Review*, 36(2), 139-156.
- 62.Mittal, A., Dhiman, R., & Lamba, P. (2019). Skill mapping for blue-collar employees and organisational performance: A qualitative assessment. *Benchmarking: An International Journal*, 26(4), 1255-1274.
- 63.Mol, A. P. (2015). Transparency and value chain sustainability. *Journal of Cleaner Production*, 107, 154-161.

64. Mosley, L., & Uno, S. (2007). Racing to the bottom or climbing to the top? Economic globalization and collective labor rights. *Comparative Political Studies*, 40(8), 923-948.
65. Nelson, W. A., Taylor, E., & Walsh, T. (2014). Building an ethical organizational culture. *The Health Care Manager*, 33(2), 158-164.
66. Nosratabadi, S., Mosavi, A., Shamshirband, S., Zavadskas, E. K., Rakotonirainy, A., & Chau, K. W. (2019). Sustainable business models: A review. *Sustainability*, 11(6), 1663.
67. Ogbeibu, S., Pereira, V., Burgess, J., Gaskin, J., Emelifeonwu, J., Tarba, S. Y., & Arslan, A. (2021). Responsible innovation in organisations—unpacking the effects of leader trustworthiness and organizational culture on employee creativity. *Asia Pacific Journal of Management*, 1-31.
68. Parmar, B. L., Freeman, R. E., Harrison, J. S., Wicks, A. C., Purnell, L., & De Colle, S. (2010). Stakeholder theory: The state of the art. *Academy of Management Annals*, 4(1), 403-445.
69. Paulraj, A., Chen, I. J., & Blome, C. (2017). Motives and performance outcomes of sustainable supply chain management practices: A multi-theoretical perspective. *Journal of Business Ethics*, 145, 239-258.
70. Peattie, K. (2010). Green consumption: behavior and norms. *Annual Review Of Environment And Resources*, 35, 195-228.
71. Poitras, G. (1994). Shareholder wealth maximization, business ethics and social responsibility. *Journal of Business Ethics*, 13, 125-134.
72. Qorri, A., Mujkić, Z., & Kraslawski, A. (2018). A conceptual framework for measuring sustainability performance of supply chains. *Journal of Cleaner Production*, 189, 570-584.
73. Quarshie, A. M., Salmi, A., & Leuschner, R. (2016). Sustainability and corporate social responsibility in supply chains: The state of research in supply chain management and business ethics journals. *Journal of Purchasing and Supply Management*, 22(2), 82-97.
74. Racelis, A. D. (2010). Relationship between employee perceptions of corporate ethics and organizational culture: An exploratory study. *Asia Pacific Management Review*, 15(2), 251-260.
75. Randall, D. M., & Gibson, A. M. (1990). Methodology in business ethics research: A review and critical assessment. *Journal of business ethics*, 9, 457-471.
76. Rasool, S. F., Wang, M., Tang, M., Saeed, A., & Iqbal, J. (2021). How toxic workplace environment effects the employee engagement: The mediating role of organizational support and employee

- wellbeing. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(5), 2294.
- 77.Rice, D. B., Young, N. C., & Sheridan, S. (2021). Improving employee emotional and behavioral investments through the trickle-down effect of organizational inclusiveness and the role of moral supervisors. *Journal of Business and Psychology*, 36, 267-282.
- 78.Rushton, K. (2002). Business ethics: A sustainable approach. *Business Ethics: A European Review*, 11(2), 137-139.
- 79.Saks, A. M. (2022). Caring human resources management and employee engagement. *Human Resource Management Review*, 32(3), 100835.
- 80.Schmidpeter, B., & Winter-Ebmer, R. (2021). Automation, unemployment, and the role of labor market training. *European Economic Review*, 137, 103808.
- 81.Scholtens, B., & Dam, L. (2007). Cultural values and international differences in business ethics. *Journal of Business ethics*, 75, 273-284.
- 82.Sharma, A., Agrawal, R., & Khandelwal, U. (2019). Developing ethical leadership for business organizations: A conceptual model of its antecedents and consequences. *Leadership & Organization Development Journal*, 40(6), 712-734.
- 83.Storaker, A., Naden, D., & Saeteren, B. (2019). Hindrances to achieve professional confidence: The nurse's participation in ethical decision-making. *Nursing Ethics*, 26(3), 715-727.
- 84.Tewathia, N., Kamath, A., & Ilavarasan, P. V. (2020). Social inequalities, fundamental inequities, and recurring of the digital divide: Insights from India. *Technology in Society*, 61, 101251.
- 85.Triana, M. D. C., Gu, P., Chapa, O., Richard, O., & Colella, A. (2021). Sixty years of discrimination and diversity research in human resource management: A review with suggestions for future research directions. *Human Resource Management*, 60(1), 145-204.
- 86.Trong Tuan, L. (2012). The linkages among leadership, trust, and business ethics. *Social Responsibility Journal*, 8(1), 133-148.
- 87.Vassilakopoulou, P., & Hustad, E. (2021). Bridging digital divides: a literature review and research agenda for information systems research. *Information Systems Frontiers*, 25, 955-969.
- 88.Wheale, P., & Hinton, D. (2007). Ethical consumers in search of markets. *Business Strategy and the Environment*, 16(4), 302-315.
- 89.York, J. G. (2009). Pragmatic sustainability: Translating environmental ethics into competitive advantage. *Journal of Business Ethics*, 85, 97-109.

- 90.Yuen, K. F., Wang, X., Wong, Y. D., & Li, K. X. (2020). The role of stakeholder participation and sustainability integration in maritime transport: A structure-conduct-performance analysis. *Transport Policy*, 99, 44-53.
- 91.Zheng, C., Molineux, J., Mirshekary, S., & Scarparo, S. (2015). Developing individual and organisational work-life balance strategies to improve employee health and wellbeing. *Employee Relations*, 37(3), 354-379.
- 92.Zheng, Q., Luo, Y., & Wang, S. L. (2014). Moral degradation, business ethics, and corporate social responsibility in a transitional economy. *Journal of Business Ethics*, 120, 405-421.

33. Bölüm

Klasik Yönetim Düşüncesinden Modern Yönetime Verimlilik Algısı ve Yenilikçi Yaklaşımlar

Özgür Uğur ARIKAN¹

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Toros Üniversitesi, İktisadi İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve Lojistik Bölümü, ozgurugurarikan@gmail.com, ORCID No: 0000-0003-1402-1761

ÖZET

İlk endüstriyel devrimle birlikte organizasyonların yapı ve işleyişlerinde zaruri bir değişikliğe gidildiği gözlemlenmektedir. Bilimsel yönetim yaklaşımı ile başlayan ve günümüze kadar gelen organizasyonu anlamak ve doğru yönetmek fikri her endüstriyel devrim sürecinde önemini korumaktadır. Her dönem temel olarak hayatta kalmak ve rekabetçi olmak değişen tüm unsurların ve bakış açılarının yanında sürekli önem arz etmektedir. Verimlilik kavramı da rekabetçilik konusunda temel unsurlardan biri olarak öne çıkmaktadır. Fakat her sektörde ve dönemde farklı şekillerde tanımlanabilen verimliliğin geçmişten günümüze algılanış ve yönetiliş biçimini algılayanın gelecek stratejiler ve yönetim yaklaşımlarına katkı sağlayacağı değerlendirilmektedir. Bilimsel yönetim ile başlayan içsel süreçlere odaklı verimlilik algısının, insan ilişkileri döneminde motivasyon gibi unsurlar üzerine odaklandığı ve güncel yönetim yaklaşımlarında ise müşteri ilişkileri ve paydaş algılarını da kapsayan bütüncül bir sürecin yönetimi olarak algılandığı gözlemlenmektedir. Endüstri 4.0 ile beraber yaşantımıza giren yapay zeka, dijitalleşme, büyük veri yönetimi, bulut sistemler ve nesnelerin interneti ile de bilgiye erişim ve işleme düzeyi üzerinden bir verimlilik anlayışına geçildiği gözlemlenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Yönetim Kuramları, Verimlilik, Endüstri 4.0, Çağdaş Yönetim

GİRİŞ

Organizasyonlar için hayatta kalmak ve rekabet koşullarında sürdürülebilir pozisyonlar elde edebilmek her zaman önem arz etmektedir. Buhar makinelerinin endüstriyel süreçlere dahil olması ve büyük miktarlarda ürünlerin üretim sonrasında çok daha uzak mesafelere yüksek hızlarda taşınabiliyor oluşu oyunun kurallarının ilk defa değişmesi anlamına geliyordu ki daha sonra da ilk üretim bandı ile ikinci devrim ve otomasyon destekli süreçler ile üçüncü sanayi devrimi tecrübe edildi. Çağımızda teknolojinin desteği ve gelişimi ile dördüncü sanayi devrimini idrak eden yalnızca bireyler değil aynı zamanda yapay zekalarca da süreç takip edilmektedir (Drucker, 2019).

Organizasyonlar için değişen koşullar değişen yönetim yaklaşımlarının da ortaya çıkmasına yardımcı olmuştur. Aynı zamanda rekabete bakış açıları ve rekabet stratejileri de bu yönetim yaklaşımları üzerinden şekillenmektedir. İlk günlerinden günümüze kadar organizasyonları rekabetçi kılan bir özellikleri de verimlilik ile ilgili yaklaşımları ve algılama biçimleridir. Zira organizasyonları algıladıkları biçimde verimlilik konusuna eğilebilecek ve bu çerçevede rekabet koşullarını şekillendirebileceklerdir (Berber, 2013).

Verimlilik konusu ise ilk endüstriyel devrim sürecinde üretkenlik ile ilişkilendiriliyor olsa da değişen koşullar ve takip eden endüstriyel devrimlerde üretkenlik anlayışından uzaklaşıldığını söylemek mümkündür (Berber, 2013). Organizasyonların geçmişten günümüze verimlilik algıları ve yönetim yaklaşımlarını algılayabilmek rekabet koşullarına ilişkin çözümlerini irdelemek açısından önem arz etmektedir. Verimlilik kavramının ele alınış biçiminin farklı perspektifler ile irdelenmesi sürdürülebilir rekabet üstünlüğünün elde edilmesi için önemli bir unsur olarak ifade edilmektedir. Bu çalışmada da farklı yönetim yaklaşımlarının verimliliği irdeleme biçimi değerlendirilmektedir.

VERİMLİLİĞİ TANIMLAMAK

Verimlilik kavramını tanımlamadan önce hangi dönemin koşullarına göre irdelenmesi gerekliliğine karar vermek gerekmektedir. Zira koşullara göre değişen bakış açıları verimliliğin de tanımında ciddi farklılıkları beraberinde getirmektedir (Akduran, 2019). Erken dönemlerinde üretkenlik etkinliği ile ilişkilendirilmiş olan kavram daha sonra tahsis ya da süreç etkinliği ile ilişkilendirilmektedir. Kısaca ilk zamanlarda görevin gerçekleşmesi için gereken kaynakların üretim miktarına oranı olarak algılanmakta ve yorumlanmaktadır (Motroi, 2017).

Ekonomik topluluklar ve organizasyonlar için benzer tanımlara ulaşmak mümkündür. OECD üretim çıktılarının gereken kaynaklara oranı olarak verimliliği ele alırken, ILO üretim çıktıları ile kaynak oranını yeterli görmeyip

denklemin paydasına insan kaynağı sermayesinin çabası, mülkiyet ve organizasyonun inşa edebildiği yumuşak unsurların da ekleyerek tanımlar. Japon Verimlilik Merkezi'ne göre ise organizasyonun doğru işe odaklanması ve bu işe ilişkin süreçlerinin en az hata ile sürdürülebilmesi olarak tanımlamaktadır (Akduran, 2019; Özsever vd., 2009). Verimlilik kavramı sadece çeşitli kuruluşların tanımlarında değişmekle kalmaz. Farklı meslek gruplarına ve sektörlere göre de verimliliğin tanımı ve algılanış biçimi değişiklik arz etmektedir. Örneğin; ekonomistler verimliliği tıpkı yukarıda ifade edildiği gibi girdiler ve çıktılar arasındaki ilişki üzerinden değerlendirir ve tanımlarken sosyal bilimciler, psikologlar için verimlilik yüksek motivasyon, yüksek moral, diğergamlık, iş tatmini ve işe devamsızlık gibi örgütsel davranış konuları ile ilişkilidir. Mühendisler için süreçlerin etkin yönetilmesi iken, yazılımcılar için en yalın haliyle yazılım ve donanım arasındaki ahenk, uyum ile ilişkilidir (Coleman, 1956).

Değişkenlik gösteren başka tanımlara da rastlamanın mümkün olduğu verimlilik kavramının yönetim kuramları açısından nasıl algılandığı ve nasıl değiştiği de önem arz etmektedir. Zira değişen endüstriyel koşullar ve dünya yeni yönetim yaklaşımlarına ihtiyaç duymaktadır. Ayrıca organizasyonların sürdürülebilir rekabet üstünlüğü elde edebilmesi ya da kendileri için entropilerini geciktirdikleri senaryolar hayati önem arz etmektedir. Verimlilik kavramı, tanımlanması hususunda değişse de organizasyonlara kattığı değer ve rekabet edebilme gücü bakımından her zaman ve her perspektifte önemlidir (Corwin, 2003). Bu bağlamda zorlu koşullarda rekabetçi olmak isteyen organizasyonların benimsedikleri yönetim kuramı ve kurama göre verimlilik algısının çerçevesinin çizilmesi de önemlidir. Devam eden kısımlarda klasik yönetim düşüncesinden günümüze ve olası gelecekteki yönetim yaklaşımları ve verimlilik algıları açıklanacaktır.

YÖNETİM KURAMLARI VE VERİMLİLİK

Bilimsel Yönetim Yaklaşımı

Birinci endüstri devrimi, buhar ve su gücünün endüstriyel alanlarda kullanılmaya başlanması ile gerçekleşen sanayi dönüşümünü ifade etmek için kullanılmaktadır. Özellikle günümüzde yazılım dünyasında var olan bir uygulamanın yeni ve daha üst versiyonları için uygulamanın adı ve bir numara ile güncel ismi kullanımı çokça kullanılmaktadır. Örnek verecek olursak bir istatistik paket programı olan “SPSS 22.01” 2022 yılının ilk versiyonunu ifade ederken “SPSS 22.12” 2022 yılı son versiyonunu ifade etmektedir. Bu sebeple günümüzde sıklıkla ele alınan son sanayi devrimi de “Endüstri 4.0 (E.4.0)” olarak ifade edilmekte ve dördüncü sanayi devrimine atıf yapılmaktadır. Bu bağlamda

bu çalışmada da yeknesaklık açısından tüm sanayi devrimleri benzer şekilde isimlendirilecektir. Endüstri 1.0 (E.1.0) ile üretim süreçleri ve taşımacılık alışkanlıkları köklü bir değişime gitmiştir. Çok sayıda kitlesel üretim aracı ortaya çıkmış ve ortaya çıkan atölyeden büyük fabrikadan küçük yapılar o güne kadar alışlagelen klasik üretim düzeninden çok daha fazla sayıda üretim imkanı rekabet koşullarını ve organizasyonların yapılarını da köklü biçimde değiştirmiştir (Türkel ve Arıkan, 2020). 20. yüzyılın başlarından itibaren Amerika Birleşik Devletleri üzerinde yayılmaya başlayan fabrikaların değişen koşullara adapte olması içi Frederick W. Taylor gibi mühendis kökenli yöneticilerin çabaları gerekmektedir (Topaloğlu, 2011). Taylor mevcut koşullarda iki konuya çözüm üretmeliydi. Birincisi ve en önemlisi verimli üretimin yolunu bulmalıydı, ikincisi ise kırsaldan endüstriyel şehirlere göç etmiş iş gücünü fabrikaya uyumlamalıydı. Böylece rekabetçi olabilecekti. Taylor “productivity” konusundan daha çok “efficiency” konusuna odaklanmaktaydı. İş en basit haliyle bölümlendiği takdirde işçilere de yalnızca üretime ilişkin spesifik bir kısımda uzmanlaşma sorumluluğu kalacak ve bu sürdürülebilir olacaktı. Aynı zamanda da değiştiremediği lineer zaman akışında çalışma sürecini daha hızlı hale getirebilecekti. Taylor böylelikle zaman etüdü adı verilen çalışmaları ortaya koyarak bilimsel yönetim yaklaşımının ilk adımlarını atmış oldu (Litter, 1978). Taylor üretim sürecinin en yararlı, hızlı ve elbette verimli biçimde sürdürülmesi gerekliliğinden hareketle öncelikle var olan düzende birim zamanda bir işçinin üretim hızı ve fabrikaya bir günlük zaman diliminde katkısını hesaplamayı amaçlamıştır. Bu sayede performans takibi ve yönetim yapısının da temelini teşkil edecek düzeyde katkılar vermiştir (Baransel, 1979). Organizasyonların mevcut süreçteki tempolarını ve performans çıktılarını görebilmeleri ve işin en küçük parçalarının yapılabilecekleri azami hızların ve asgari sürelerin belirlenmesi sayesinde çalışma saatlerinde artış göstermeksizin üretim sayısında ciddi bir artış öngörülerek hareket edilmiştir. Zaman etüdü en basit haliyle; bir işçinin yaptığı işin, sorumlu olduğu alanda temel hareketlere sadık kalındığında ne kadar zaman aldığının hesaplanmasıdır. Bu süre hesaplanırken işin öğrenilme süresi, işin kazalar sebebiyle aksaması gibi durumların da süreye eklenmesi ile zaman etüdü sürdürülür (Corwin, 2003). Bu esnada işçinin gereksiz hareketleri süreçten çıkarılır ya da yerine daha kısa ve az karmaşık olanlar eklenir. Bu işçinin işini her seferinde daha hızlı yapmasına odaklanmasına yardımcı olmakta ve zamana karşı yapılan kendini yenilemeyi zorunlu tutan yapıyla daha kısa sürelerde daha fazla siparişi hazır etme amaçlanmaktaydı.

Zaman etüdü ve verimlilik kavramları “üretkenlik” yaklaşımından ziyade “etkililik” ile daha yakın ilişkilidir. Taylor özellikle değişen atölye yapısı ve ustalık süreçlerinin verimsiz ya da etkin olmayan ama üretime katkı veren küçük

ve yavaş yapılar olarak algılamaktaydı. Bilimsel yönetim yaklaşımı ve zaman etütleri ile kırsaldan kente göçmüş ve fabrikalarda istihdam edilen acemi işçilerin atölyedekiler gibi işin her aşamasında usta olmasını beklemek çok gerçekçi bir düşünce değildir. Taylor bu aşamada Henry Ford ile başlayan üretim bandı ile herkesin sadece üretim sürecinin bir aşamasında uzmanlaştığı durumu daha ölçülebilir bir hale getirdi (Coleman, 1956). Neticede eğer optimum değeri hesaplayamıyorsan ne kadar kar edebildiğini de asla bilemezdin ve koşullar girdiler çıktılar aynı olduğu sürece verimlilikten bahsetmekte mümkün olmazdı. Zaman etüdü verimliliğe üretkenlik üzerinden odaklanmamaktaydı. Buna göre verimli olmanın yolu insan kaynağını en ve zaman gibi hükmedilemeyen limitli kaynağı etkin biçimde yönetmekten geçmekteydi. Eğer tüm işler en basit hallerine göre ayrıştırılabilir ve işgörenlere doğru talimatlar verilir ve gözetim altında tutulurlarsa verimliliğin ve performansın artacağı ifade edilmektedir. Özellikle üretim girdilerinde miktar değişikliğine odaklanılmazken temel prensip olarak işgörenden azami biçimde faydalanmak hedeflenmektedir (Topaloğlu, 2011).

Gantt Şeması ve verimlilik; Henry Gantt; bu dönemde tıpkı Taylor gibi rasyonellik ve verimlilik odaklı çalışmalar yaptı ve bilimsel yönetim yaklaşımına katkı yapmanın yanında ısrarla da savunuculuğunu üstlendi. Berthlehem' de yapmış olduğu "Task and Bonus System" adlı çalışmasında temel amacı verimliliği artırmaktı. Ama bunu yaparken zaman etüdünün göz ardı ettiği hareketlerin ardışık dizilimine önem verilerek bir şema oluşturuluyor ve bu şemaya uyanlar ödüllendirilerek şemaya sadakat sağlanıyor ve bilimsel takip hem zaman hemen şematik olarak standartlaştırılıyor ve verimlilik üzerine daha sağlıklı sonuçların hesaplanabilmesine imkân sağlanmış oluyordu (Coşkun, 2009). Gantt kronometre ile baskılanan işçinin kontrolsüz ve gerçekçi olmayan davranışları belli bir süre hızlanmasına etken olabilir ama işçinin inisiyatifine bırakılan hızlanma yöntemini çok verimli bulmuyordu ve parça başına üretimle ilgili motivasyon problemleri verimliliğin önüne geçebilmekteydi. Eğer nasıl hızlı ve pratik olunacağı belirlenirse daha az yorucu ve daha takip edilebilir bir üretim düzeni sağlanabilir ve verimlilik süreklilik kazanabilirdi.

Hareket etüdü ve verimlilik; Frank Bunker Gilbreth ve Lillian Moller Gilbreth; çalışanların görevlerini hızlıca yaptırma çabasının eksik olduğu fikrinden hareketle görevin gereklerine odaklandılar. İşgörenin hareket paternlerini oluşturmak suretiyle bir görevin ifası için en az yorucu yönteme odaklanılmaktaydı (Özer, 2019). Böylelikle işgörenler daha az yorulurken en pratik biçimde görevlerini de yerine getirmiş olacaktı. Hareketleri azaltıp bir günlük hedefe en az çaba ile ulaşma fikri ise Gilbreth çiftinin verimliliğe bakış açısına dair çok net emareler sunmaktadır. Verimliliği az hareket edip az çalışmak

değil, birim zamanda en az ve en gerekli hareketlerin icrasından faydalanmak suretiyle gereksiz yorgunluğu azaltıp üretilen ürünün daha fazlasının elde edilmesi olarak değerlendirdiler. Böylelikle insan kaynağının da verimli kullanılması konusuna da odaklanmış olurlar. Kısaca verimlilik, sürecin iyileştirilmesi ile elde edilebilecek ve üretkenlik kavramından daha uzak etkililik kavramına daha yakındır.

Yönetim süreci yaklaşımı ve verimlilik; Fayol, üst yönetimin bütüncül perspektifinden bakarak organizasyonun iyi sonuçlar ortaya koyması için doğru bir iş bölümü yapılmasının gerektiğini düşünmekteydi. Fayol, yönetimin bir gereksinim olduğu fikrinin bir sonucu olarak organizasyonun altı temel faaliyeti sürdürdüğünü savunmuştur (Fayol, 2012). Bu fonksiyonları da;

- Teknik fonksiyon
- Ticari fonksiyon
- Mali işler fonksiyonu
- Güvenlik fonksiyonu
- Muhasebe fonksiyonu
- Yönetim fonksiyonu

Olarak adlandırmıştır. Bunlara kısaca değinilirse; teknik fonksiyon organizasyonunda icra edilen üretim faaliyetlerine ilişkin hususları kapsar. Ticari fonksiyon, alış-satış ile ilgili uygulamaların oluşturduğu fonksiyondur (Eren, 2011). Mali işler; sermaye oluşturulması esnasında yapılması gereken faaliyetlerin meydana getirdiği bir fonksiyondur. Güvenlik fonksiyonu organizasyonu ve çalışanlarını doğal afet, kaza, yangın, yağma, hırsızlık ve sabotaj gibi tehditlerden korunmayı ihtiva eder. Muhasebe fonksiyonu organizasyonun finansal tüm girdi çıktıların belli bir düzen dahilinde kayıt altına alınmasından ibarettir. Son olarak yönetim fonksiyonu tüm fonksiyonların süreçlerinin koordinasyonundan ve planlanıp yürütülmesinden sorumlu olunan sürece verilen isim olarak adlandırılabilir. Fayol fonksiyonel iş bölümü hususunda ısrar ederek aslında uygun şekilde departmanların oluşturulması ve tüm farklılaşmış görevlerin kendi içinde ve bir arada geliştirilerek sürdürülmesi gerektiğini vurgulamıştır. “Fayol’un 14 ilkesi” olarak adlandırılan ve organizasyonun tepeden tırnağa bölümlenmesi konusunu destekleyen ilkeler aşağıda sıralanmıştır;

- İş bölümü,
- Yetki ve sorumluluk,
- Disiplin,
- Kumanda birliği,

- Yön birliği,
- Genel çıkarların kişisel çıkarlara üstünlüğü,
- Personelin ücretlendirilmesi,
- Merkezileştirme,
- Hiyerarşi,
- Düzen,
- Eşitlik,
- Personelde devamlılık,
- İnisiyatif,
- Personelin birliği (Fayol, 2012)

Fayol işletmenin sadece üretim sürecine odaklanılan ve işçileri hızlandırmaya çalışan yönetim yaklaşımlarından öteye geçmiştir. Tüm bölümlerin kendi içlerinde verimli süreçler ve döngüler oluşturmaları gerektiğini ifade etmiştir (Koçel, 2010).

Teknik fonksiyon; işin uygulama bölümünde üretim esnasında icra edilen faaliyetlerin yenilenerek ve geliştirilerek verimli bir noktaya getirilmesine odaklanır, ticari fonksiyon; girdilerin temini esnasında yapılması gereken araştırma ve en uygun şekilde tedarik etme ve bunu en uygun şekilde işleme kısmına odaklanarak verim sağlanmasından bahseder. Mali işler fonksiyonu; bu tedarik süreçlerinde en az maliyetle sürekliliğin sağlanmasına yönelik yapılan çalışmaların tıpkı tüm fonksiyonlarda olduğu gelişerek işletilmesi ve sürekli öğrenilerek en verimli şekle gelmesini ifade etmektedir (Parker ve Ritson, 2005). Güvenlik fonksiyonu; işletmeye dair tüm taşınmazlar ve işletme bünyesinde faaliyet gösteren tüm işçilerin herhangi bir iş görmeye elverişsiz duruma gelmemesine yönelik yürütülen bu faaliyetlerin katlanılması gereken tazminat ya da bakım gibi harcamalarından sakınmak için yapılan ve verimliliğe doğrudan ya da dolaylı olarak etki eden durumları ifade eder (Eren, 2011). Muhasebe fonksiyonu; işletmede ücretlendirme ve yan ödemelere ilişkin sürecin verimli sürdürülmesine yöneliktir. Yönetim fonksiyonu; bu fonksiyon yöneticiye yüklenen sorumlulukların neticesinde sorgulanamaz görülen yöneticilere de gelişim ödevleri verildiğini ifade eder. Kısaca Fayol verimlilik için departmanlara bölünmek gerektiğinden ve bölünen departmanların kendi alanlarında sürekli daha iyiye kovalamasının bir sonucu olarak ulaşılabilesinden bahseder (Koçel, 2010).

Bürokrasi ve verimlilik; Alman bir sosyolog olan Weber' in dönemin şartlarından bağımsız bir biçimde ele aldığı yönetim modeli ile örgüt teorilerinin evrimine hız kattığı görüşü yaygındır. Bürokrasi; organizasyonun örgütlenmesine

ve yönetim şekline karşılık gelecek şekilde tanımlanmıştır. 1800' lerin son çeyreği ve arkasından gelen yüz yılın başlarında hızla değişen üretim şekli, küçük atölyelerin büyük fabrikalara evrilmesini hızlandırmıştır (Özer, 2019). Weber ise bu durumda sahiplik konusunun değişmesi ile beraberinde gelen yapısal tüm farklılaşmayı cevaplamak ve tanımlamak için bürokrasi kavramından bahsetmiştir. Bu büyük yapılar sığ düşünceler ve koordinesiz işçiler ile sürdürülebilir yerler olmaktan çıkar ve yaşamlarını sürdüremeyebilirler (Kukreja, 2019). Weber yetkiyi geleneksel, karizmatik ve yasal olmak üzere üç farklı başlıkta tanımladı. Geleneksel yetki; kısaca doğuştan gelen ve mensubu olunan aile, mezhep, ırk gibi kişilerin seçimine kalmayan özelliklerinden aldıkları gücü açıklamaktadır. Karizmatik yetki ise kişilerin diğerleri üzerinde bıraktığı etki neticesinde ortaya çıkan ve algılayanların yükledikleri anlamlar karşısında kendi öz iradeleri ile etkilendikleri bireye verdikleri yetki olarak tanımlanabilmektedir. Yasal yetki ise kurallar neticesinde ortaya çıkan bir pozisyon ve bu pozisyona uygun şekilde tasarlanmış yetki ve sorumlulukların bireye kullanım hakkının sunulması şeklinde açıklanabilmektedir (Eren, 2011).

Bürokrasi tam olarak bu yetki ve sorumlulukların rasyonel bir biçimde oluşturulması ve kullanılmasına uygun şartları sağlamak amacıyla ifade edilen bir kavram olarak açıklanabilmektedir.

Bürokrasinin temelini teşkil eden maddeler sıralandığında;

- Hiyerarşik yapı
- Görevsel uzmanlaşma
- Tanımlanmış yetki ve sorumluluklar
- Kestirilebilirliği sağlayan kayıtlar
- Davranış kuralları olarak adlandırılmaktadır.

Fayol ile aynı zihni süreçlerin çıktısı gibi gözüken bu yapıda Fayol' dan ayrılan yönleri elbette sadece sahiplik yöntemi ve sosyolojik bir biçimde yapının rasyonel kararlar alınarak yönetildiğine inandırılmış ve göreve uygun şekilde eğitilmiş insan kaynağı değil ayrıca yetkilerin ve sorumlulukların kimler tarafından kimlere verileceğine ilişkin hususlarda da farklılıklar mevcut gözükmektedir. Bürokrasi yaklaşımı verimliliğe herkesin belirlenen sınırlarda hareketi neticesinde gereksiz ve takipsiz tüm harcamalardan kurtulma olarak yaklaşmış ve neticede uzmanlaşan görevlerde etkin ve verimli süreçlerin yönetiminden bahseder (Kukreja, 2019). Departmanlara ayrılan bu yapının bir bütün olabilmesine yönelik bir yöntem sunarak bütüncül bir verimlilik algısından bahsetmektedir.

Neoklasik (Davranışsal) Yönetim Teorileri

Neoklasik yaklaşım klasik yönetim düşüncesinin geliştirilmesi konusuna odaklanıldığı esnada ortaya çıkmıştır. Özellikle işin verimliliğine ilişkin çevresel koşulların ne kadar etkili olabileceği konusunda yapılan deneyler silsilesi ile belirgin biçimde ifade edilmeye başlanmıştır. Yapılan bu ampirik çalışmalar-Hawthorne araştırmaları olarak ifade edilmektedir- klasik görüşü desteklemesi beklenirken tersi oldu ve klasik görüşten ayrılarak insan ilişkileri döneminin başlamasında itki kuvveti oldu. Araştırmanın kurgusuna göre “işçilerin verimliliğini olumlu yönde etkileyen en iyi ışıklandırma düzeyi nedir?” sorusuna cevap bulmak amacıyla 1924-1933 yılları arasında çalışmalar yürütülmüştür. Bu çalışmaların neticesinde bir paradigma değişimi yaşanmış ve “davranış okulu” olarak adlandırılan insanı o güne kadar ele alınmamış biçimde inceleyen bir anlayışla sorulara cevaplar aranmıştır (Berber, 2013).

Çalışmayı yöneten Elton Mayo; organizasyonların faaliyetlerinde ihtiyaç duyduğu endüstriyel malzemenin en uygun şekilde işlenmesi için gerekli yetkin şahısları kullandığı halde bu ürünü işlemekle yükümlü olan işçilerde meydana gelen problemleri yetkin şahıslar yerine baskıcı yöneticilere bıraktıklarını ifade etmiştir. Mayo’ ya göre dikte eden değil dinleyen ve destekleyen yöneticilerle işgören moral ve motivasyonu yüksek tutulabilir ve olası aksaklıkların önüne geçilebilirdi. Klasik yönetim düşüncesinin temsilcilerinin işin yapılışına gösterdikleri dikkati işi yapanın da üzerine çevirmesine vurgu yapmıştır (Drucker, 1999). Bireyler örgüt için diğer tüm süreç ve yapılar gibi ayrı bir inceleme konusu olarak ele alınmalıdır fikri ortaya çıkmıştır. Bu aşamadan sonra işletmelerde örgütsel bütünleşmeye doğru adım atılmaya başlandı. Mary Parker Follet, Chester Barnard, Herbert Simon gibi bilim insanları literatüre bütünleşmiş, koordine olması gereken ve tüm hatlarıyla ortak bir amaca ulaşmak için çalışan örgütten bahsederek örgüt teorilerine de geçişi başlatmışlardır (Berber, 2013).

İnsan ilişkileri ve verimlilik; bireyin fiziki koşullarına hızla adapte olabilmesi ve grup normlarınca belirlenen düzeyde performans ortaya koyması sosyal psikologları, sosyologları ve psikologları da endüstrideki insana daha çok odaklanmaları yönünde güçlü mesajlar vermiştir. Motivasyon kuramcılarınca örgüt içindeki bireyden azami biçimde yararlanmanın yöntemleri üzerinde durulan çokça çalışma bu dönemde yapılmıştır. İnsan ilişkileri için verimlilik bireylerin örgüt için yüksek motivasyonla ve kendiliğinden güçlü çabalar sergilemesi ve standart performansının ötesinde çıktı vermeye çabalamasıdır (Çetin ve Basım, 2011). Bu dönem için de verimlilik algısı etkili süreç yönetimi ve etkili kaynak kullanımı üzerinedir. Bu süreçte daha yaşanılabilir organizasyonların bireyler için cazip olması sebebiyle yetkin ve istekli işgörenleri

de organizasyona çekmektedir. Halihazırda çalışanların ise yüksek motivasyonla pazardaki rakiplerinden daha fazla değer yaratmalarına imkan vermektedir (Parker ve Ritson, 2005).

Modern Yönetim Teorileri

Modern yönetim teorileri iki ana başlık ve anlayış altında toplanmışlardır. Bu yaklaşımlar Sistem Yaklaşımı ve Durumsallık Yaklaşımı olarak isimlendirilir. Modern yönetim kuramlarını klasik ve neoklasik kuramlardan keskin hatlarla ayırmak mümkün değildir ve araştırma metodu olarak ta yanıltıcı sonuçlar verebilir. Temelinde kendinden önce ortaya koyulan çalışmalarda odaklanılan hususlara farklı bir perspektiften yaklaşarak o ana kadar ortaya koyulan konulara ilişkin sentez bir yorum getirme hedefi güdülmüştür.

Sistem Yaklaşımı

İlk olarak 1920’lerde başlatılan ve bir biyolog olan Von Bertalanffy’ nin “genel sistem teorisinden” etkilenilerek ortaya çıkmıştır. Amacı yönetim ve alt birimlerinin ilişkilerini ve bu ilişkilerin niteliğini ortaya koymaktır. Yapılan çalışmalara giriş yapmadan önce sistem neyi ifade eder sorusuna cevap verilirse; “sistem, birimlere dayalı bir işleyişi olan bir bütünün içinde, birbiriyle olan ilişkileri yönünden ele alınan ögeler bütünüdür” (Yoldaş, 2019). Klasik yaklaşımlar organizasyonu kapalı bir sistem olarak ifade ederken modern dönemde örgütler kendi iç düzenlerinde ilişkileri sürdürmek zorunda oldukları halde ayrıca faaliyet gösterdikleri çevre ile de ilişkileri olan bir açık sistem olarak nitelemişlerdir (Sargut, 2001). Örgütler çok sayıda küçük alt sistemin bir araya gelmesi ve uyumlu hareket etmesi ile oluşmuş ve dışarıdaki diğer sistemlerle etkileşime girmek zorunda olan bir sistem olarak ele alınır.

Durumsallık Yaklaşımı

Bu yaklaşıma göre her koşulda işletmeler için değişmez bir hareket tarzı belirlemek doğru değildir ve değişen koşullara uyum sağlayacak şekilde örgütü yeniden yapılandırmak ve bu çizgide yönetmek örgüt için daha yararlı olacaktır (Sargut ve Özen, 2007). Durumsallık yaklaşımı klasik ve neoklasik yaklaşımın öğretilerini reddetmez aksine onların ifade ettiği şartları koşulların değişken durumuna göre seçmek ve yeni bir çerçevede ele almak şeklinde değerlendirilmektedir (Sargut, 2001). Durumsallığı etkileyen koşulları; işletmenin büyüklüğü, teknolojinin seviyesi, çevrenin etkileri şeklinde sıralamışlardır. Aslına bakılırsa tüm bu koşullar özünde karmaşık olmayandan karmaşık olana doğru değişmekte ve karmaşıklıkça yaklaşımda da değişikliği zaruri hale getirmektedir.

Yapısal Koşul Bağımlılık Kuramı ve verimlilik; koşul bağımlılık kuramı 1960' lardan sonra sıkça çalışılan bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Lex Donaldson' ın da ifade ettiği şekilde kendinden önce ortaya koyulan çalışmalardan ayrılarak bir paradigma değişimi yaratmıştır (Donaldson, 1990). Sistem kuramının varsayımlarından hareketle şekillenen bir kuramdır ve örgütleri sistem olarak ele aldığı için kendinden önce gelen yönetim kuramlarından farklılaşmaktadır. Örgütleri çevre ile bilgi ve kaynak alışverişi içinde olan bir açık sistem olarak ele alır (Scott, 1961). Bu kuramın en önemli önermesi en iyi örgüt yapısı ve yönetim şeklinin koşullara bağımlı olarak değişkenlik göstermesi gerektiğini savunmuştur (Donaldson, 1990).

Koşul bağımlılık kuramlarının temel faktörleri çevre, teknoloji, büyüklük ve strateji olarak sıralanmıştır (Burns ve Stalker, 1961). Kısaca bu faktörleri ele alacak olursak. **Çevre;** durağan ve dağınık çevre, durağan ve kümelenmiş çevre, dengesiz ve tepkisel çevre ve çalkantılı çevre olarak dört seviyede ele alınmıştır. Sırasıyla birinci çevre yavaş değişen ve tehditlerin dağınık olduğu rekabetin şiddetinin az olduğu bir çevredir. İkinci çevre ise yine yavaş değişen ama tehditlerin kümelenmiş olduğu bir çevredir. Üçüncü çevre ise diğer ikisinden daha şiddetli bir rekabet mevcuttur ve rakiplerin sayısı fazladır. Dördüncü çevre de adından anlaşılacağı üzere belirsizliğin en üst düzey olduğu ve rekabetin şiddetli olduğu bir yapıdır (Sargut ve Özen, 2007). **Teknoloji;** örgütlerin faaliyet gösterdikleri sektörde girdinin son kullanıcıya kadar geçen sürecinin karmaşıklık ve gerektirdiği donanımı tanımlamak ve tasniflemek için kullanılmış bir kavramdır. Woodward tarafından ortaya koyulmuş olan çalışmalarda; küçük parti ve birim üretimi teknolojisi, kitlesel ve büyük parti üretimi ve sürekli süreç üretimi şeklinde teknolojinin sınıflandırması yapılmıştır. **Büyüklük;** işletmenin karmaşıklığı ya da daha az karmaşık olması büyüdükçe birimlerinin sayısının artmasını ifade eder aynı koşullara büyük işletmeler farklı reaksiyon verecekken küçükler farklı davranmak zorunda kalacaklardır (Woodward, 1965). **Strateji;** işletmenin ne şekilde adımlar atacağına ilişkin kısmı karşılamaktadır. Hacim olarak genişleme, coğrafi olarak dağılma ve büyüme, dikey bütünleşme, çeşitlendirme şeklinde örneklendirilebilir.

Tablo 1. Temel faktörler ve verimlilik

Temel Faktörler	Verimlilik ilişkisi
Çevre	Çevrenin belirsizlik düzeyi arttıkça risk artar ve riski azaltmanın yolu çevreye uyumlu esnek yapılar oluşturmaktır. Belirsiz çevreye adaptasyon kabiliyeti verimliliğe “etkililiğe” olumlu etki edecektir.
Teknoloji	Karmaşıklığa uyumlanmak verimliliği artıracaktır.
Büyüklik	Doğru büyüklüğü bulamayan organizasyon verimli süreçlere sahip olamaz
Strateji	Stratejik kararlar rekabet edebilirlik ve verimlilik ile doğrudan ilişki içerisindedir. Organizasyonun kabiliyetlerinin ötesinde bir strateji belirlemek ya da sınırlarının çok altında bir yaklaşım sergilemek verimliliği olumsuz etkileyecektir.

Kaynak Bağımlılığı Yaklaşımı ve verimlilik; Erken dönemlerde Pfeffer ve Salancik (1978) tarafından ifade edilmiş olan yaklaşıma göre organizasyonlar sahip oldukları kaynaklar doğrultusunda rekabetçi olabilirler. Kaynaklarından yararlanabildikleri ölçüde ve biçimde stratejiler benimserler. Fakat kaynakların yönetimi ve sürdürülebilirliğine ilişkin bir yaklaşım geliştirmek gerekmektedir. Zira kaynak bağımlılık kuramına göre her kaynak değerlidir ama her biri aynı ölçüde değerli değildir. Buna göre sahip olan organizasyona güç veren, taklit edilmesi ve ikamesi güç olan, nadir olan kaynaklar organizasyonları pazarda üstün pozisyonlara getirmektedir (Barney, 1991).

Kuramın ele aldığı konu da “güç” kavramı perspektifinden örgütler arası ilişkilerin incelenmesi olmuştur. Kuramın temelinde örgütler arası güç farklılıkları ve çevresel belirsizlik kavramları yer almaktadır. Verimliliğe ilişkin odak, kaynakların sürekliliğine ilişkin belirsizliği bitirmek ve mevcut kaynakları azami düzeyde kullanabilmektir (Box ve Miller, 2011). Örgütler faaliyetlerinin devamlılıkları için süreklilik arz eden kaynak akışına ihtiyaç duymaktadır. Bu da örgütler arası karşılıklı bir bağımlılık doğurur ve tüm bu bağımlılık durumu arka planda güç savaşı ve örgüt lehine dengelenmesi gereken bir koşul olarak karşılanmaktadır. Çevresel belirsizlik ise örgütün istemeyeceği bir durumdur ve bunu kontrol altında tutmak için örgütler reaksiyon verirler amaç kaynağın sürekliliğine risk oluşturabilecek hususların giderilmesidir. Zira belirsizlik kaynak akışında aksamaya neden olursa organizasyonun çıktıları da sekteye uğrayacaktır. Böyle durumlarda yapılan anlaşmalar sekteye uğrayabilecek ve organizasyonlar tazminatlar ile yüzleşmek zorunda kalabilecektir. Bu noktada çözüm sürecinde örgütler, sahipliği değiştirmek ve hiyerarşi benzeri stratejiler oluşturmak gibi temel iki strateji benimserler. Örgüt bağımlılığı azaltmak için tampon oluşturabilir ya da köprü kurabilir aslolan kaynağa ulaşımı sağlayacak

olan örgütle geleceği garanti altına almak ve kaynak akışını sürekli tutmaktır. Zaman zaman bu durum birleşmeler, yatay ve dikey bütünleşmeler şeklinde de cereyan eder. Bir başka strateji olarak ortak yatırımlar yapmayı deneyebilirler (Sargut ve Özen, 2007).

Örgütsel Ekoloji ve verimlilik; Hannan ve Freeman (1977); örgütlerin çevrede meydana gelen değişikliklere kısa sürelerde bir anda doğru biçimde uyum göstermesi fikrinin çok gerçekçi olmadığını ve bu anlayışla hareketin yeterli olmadığını düşünmektedirler. Örgüt ve çevre etkileşimine çevresel ayıklama perspektifinden bakılmasının daha doyurucu ve daha isabetli bir analiz seviyesi olduğu görüşünde birleşmişlerdir. Bu çerçevede çevresel koşullara uyumluluk gösteren örgütlerin doğması ve koşullara adapte olamayanların yerini alması şeklinde kısaca açıklanabilmektedir. Çevre içinde analiz birimi örgüt değil örgütlerin oluşturduğu ekolojik örgüt topluluklarıdır. Aynı örgütsel biçime sahip olan örgütler faaliyet çevrelerine aynı şekilde bağımlıdırlar. Bu ekolojik yapının bir taşıma kapasitesi vardır ve mevcut koşullarda limitli kaynağı etkin biçimde kullanabilen örgütler yaşamlarına devam edebilirken, bunu yapamayan organizasyonlar ölürler ve yeni doğan organizasyonlar için yer açarlar (Sargut ve Özen, 2007).

Verimlilik ile ilgili imalara daha derin bakıldığında özellikle kesim içinde yer alan organizasyonların süreçlerini ekosisteme göre uyumlandırması gerekmektedir ve kesim genişliği kapasitesi de limitli kaynak erişimini ima etmektedir. Bu kurama göre de verimlilik üretkenlik değil etkililik kökenli bir kavram olarak değerlendirilmektedir.

Yeni Kurumsal Kuram ve verimlilik; kurumsal kuram (Dimaggio ve Powel 1983; Meyer vd, 1995) diğer kuramların aksine başarılı olmak için etkili ve verimli olmak dışında faaliyet gösterdikleri çevrede kabul görmelidirler. Örgütler teknik olarak çevreye uyumlu olmanın dışında çevre içinde meşru görülmelerine yardımcı olacak dönüşümlere hazırlıklı olmalıdırlar. Kurumsal kuramcılar farklılaşmaktan çok eşbiçimli hale gelmeye odaklanırlar bu sayede kabul görmeleri daha kolay olacaktır. Bu kuramın savunucuları eşbiçimliliği üç farklı şekilde tanımlamışlardır. *Zorlayıcı eşbiçimlilik;* örgütlerin bağımlı oldukları diğer örgütler ve faaliyette bulundukları çevrenin kültürel beklentileri çerçevesinde uyum sağlamak olarak tanımlanabilmektedir. *Öykünmecî eşbiçimlilik* ise belirsizliklere karşı verilen standart tepkilerin örgütlerce kullanılması olarak açıklanmaktadır. *Normatif eşbiçimlilik* ise profesyonelliğin bir sonucu olarak ortaya çıkar ve uzmanlaşmış belli mesleklerin icrasının yine

normatif düzeyde belirlendiği sınırlar çerçevesinde icrası şeklinde cereyan etmesi durumudur (Dimaggio ve Powel 1983).

Kurumsal kuramın eşbiçimlilik önermesi diğer kuramlardan farklı olarak örgütler için kritik kaynaklara ulaşmak ya da yaratıcı stratejiler belirlemekten çok farklı olarak verimli olduğu net bir durum olarak gözüken örgütlerle eşbiçimlenilerek verimli hale gelir (Abell, 1995). Verimlilik, sınırları çizilmiş çevrede bir demir kafesin içinde rakiplerden daha etkin bir yaklaşım geliştirmektir.

İşlem Maliyeti Kuramı ve verimlilik; Coase' nin 1937 yılında sorduğu “örgütler neden vardır?” sorusuna cevap araması neticesinde güçlenen bir fikrin geliştirilmesi ile işlem maliyeti kuramı ortaya çıkmıştır. Vekalet kuramı ile beraber iktisat temelli bir kuram olarak karşımıza çıkar. Örgütler neden vardır, işlem maliyetlerini düşürmek için vardır. Örgütler nereye kadar büyümelidir. Yaptıkları faaliyetlerin sürekliliği ve karlılığını maksimize ettiği son noktaya kadar büyür ve yapılarını buna uygun teşkil ederler (Coase, 1937).

İşlem maliyeti kuramını temel teşkil eden konusu, faaliyetlerin örgüt içinde (hiyerarşi) mi yoksa piyasa desteği ile mi sürdürülebileceği konusuna cevap verilmesi durumundan ibarettir. Merkezde verimlilik kavramı bulunur ve hamlelerin hiyerarşik bir hamle ile ya da piyasadan satın alınarak verimliliğe ulaşılması durumu incelenir. İşlem maliyeti hiyerarşik çözüme gidildiğinde dikey bütünleşmeyi işaret eder, piyasa seçeneğine giderse katlanılması gereken bir sözleşme maliyeti beraberinde gelir (Koçel, 2010). Örgüt bu iki yönelim arasında en karlı tarafı seçmelidir. Sınırlı rasyonellik ve sözleşmenin olası belirsizlikleri, fırsatçılık gibi durumların önüne geçilmesi için gerekli yapının oluşturulmasının maliyeti öngörülerek dikey bütünleşme kararı ile doğru bir kıyas yapılmasını zaruri kılar ve örgüt için en karlı olan hamle benimsenir (Sargut ve Özen, 2007). İşletme hiyerarşi ya da piyasa yönelimi ile en az maliyete sürecini sürdürme eğilimi gösterir ve buna göre alınan karar neticesinde yüksek verimlilik elde etmeyi arzular. Sürdürülen faaliyetin yapısı ve faaliyette olunan çevrenin yapısına göre şekillenen bu karar doğrudan işletmenin verimliliğine etki etmektedir.

Vekalet Kuramı ve verimlilik; örgütlerin büyümeye başlaması karmaşıklaşan faaliyetleri ve karmaşıklaşan yönetsel yapıyı da doğal sonuç olarak beraberinde getirmektedir. Örgütün sahiplerinin tüm faaliyetleri takip etmesi ve iş bölümlerine göre ayrılmış tüm departmanları mercek altında tutması çok olası bir durum değildir (Eisenhardt, 1985; 1989). Bu durumun ortaya çıkardığı vekalet kuramı; icracı bir *vekil* ve mülkiyet hakkı olup sahip olduklarının icraya ilişkin yetki veren *asil* tarafları ihtiva eden iktisat temelli bir kuram olarak ortaya

çıkmiştir. Riske yaklaşımları bakımından ayrılan bu asiller ve vekiller arasında yaşanan ilişkinin nasıl düzenlenebileceğine ışık tutan kuramda asilin katlanması gereken maliyetlerin hesaplanması önemli bir yer tutmaktadır (Eisenhardt, 1988). Vekalet maliyetleri olarak nitelendirilen bu maliyetler izleme maliyeti, tahvil maliyeti, artık kayıpların toplamından oluşmaktadır. Örtük bilgiyi elinde tutan vekilin asil tarafından takip edilmesine ayrılan takip mekanizmalarına ayrılan finansal kaynaklar izleme maliyetlerini, vekilin zarar görmemesinin güvencesi olarak nitelenen tahvil maliyetleridir. Asimetrik bilgi vekilin yaptığı iş esnasında değer yaratan ve elini güçlendiren bilgidir ve mülkiyet sahibi olan asil bu bilgiye ulaşmak ister. Vekil ile yapılan tüm sözleşmelerde her koşul öngörülemez ve gelecekle ilgili kısıtlı bilginin olması nedeniyle her ayrıntı doğrulukla ya da atlanmadan hesaplanamaz ve tüm bunlar asil için maliyettir (Hill ve Jones, 1992). Vekalet kuramında verimlilik yaklaşımı asil için risk düzeyi yüksek yatırımlar ile yeni kazanımlar elde etmek iken vekil için verimlilik daha statik daha az riskli yaklaşımlar üzerinden değer yaratmaktır. Ayrıca izleme maliyetlerinin en aza indirildiği ve şeffaf bir yaklaşım ve uyum ile yönetilen organizasyonlardaki katlanılan maliyetlerin de değer yaratımına odaklanması verimliliği doğrudan etkileyebilecek unsurlardandır.

Amaçlara Göre Yönetim ve verimlilik; amaçlara göre yönetim örgütsel faaliyetlerin planlanması ve bu aşamada örgüt yararına olacak şekilde belirlenmiş olan amaçların insan merkezli bir yaklaşım benimsenerek yöneticiler tarafından astlara aktarılması ve bu ekiplerce sürdürülen faaliyetlerin örgütü karlılığa götürmesi şeklinde özetlenebilmektedir. Astlara verilen hedefler neticesinde astlar karar alma mekanizmalarının içinde bizzat bulundukları için örgütü daha çok benimsemekte ve motivasyon olarak daha istekli çalışmaktadırlar (Jiang, Wang ve Wang, 2017). Bu durum da verimlilik düzeyine olumlu etki etmektedir. Pozitif psikolojik sermaye kuramına göre de bireylerin olumlu psikolojik durumlarının çıktılarını da olumlu etkileyeceği öngörülmektedir. Amaçlara göre yönetim; amaçların belirlenmesi, faaliyet planlaması, uygulama ve kendi kendini kontrol, periyodik olarak değerlendirme olarak adlandırılan dört safhadan teşkil edilmiştir (Thompson, Luthans ve Terpening, 1981). Takımlar oluşturulur ve bu takımlara üst yönetimle beraber kararlara katılma fırsatı verilir bu sayede herkesin payı olan karar daha fazla benimsenir ve neticesinde yürütülen süreç daha verimli sürdürülür. Verimliliğe ulaşmak için kararlara uygulayıcılar da dahil edilir fikri genel olarak hâkim görüştür.

Toplam Kalite Yönetimi ve verimlilik; yirminci yüzyılın ilk yarısında kalite standartlara uygun olma şeklinde ele alınırken daha sonraki yarısında bir mal

veya hizmetin beklentileri karşılması ya da tüketicilerin ihtiyaçlarına uygun olma seviyesi olarak tanımlanmaktadır. Toplam kalite yönetimi sürekli değişim merkeze alan ve insana odaklanarak sıfır hatayla mal veya hizmet üretmeyi hedefleyen topyekûn sürecin her safhasında farklı rolleri temsil eden tüm bireylerin tatminini hedefleyen bir yönetim tarzıdır (Prior, 2006). Hatayı azaltıp hizmet edileni mutlu ederek pazarda seçilen olmak ve üretimde en az hata maliyetine katlanarak verimli çalışmak isterler. Verimlilik bu yaklaşım için tüketici ihtiyaçlarını en doğru şekilde tahmin etmeye karşılık gelmektedir. Organizasyonel süreçler bütünsel değerlendirilir. Kaliteye odaklanmak verimliliğin üretkenlik kısmıyla ilişkilidir. Müşteri odaklılık, süreç yönetimi, hedeflerle ve verilerle yönetim, toplam katılım ve iletişim, önlemeye yönelik yaklaşım ve eğitim odaklılık ise etkililik kavramı çerçevesinde verimlilik imalarını barındırmaktadır (Hackman ve Wageman, 1995).

SONUÇ

Organizasyonlar için sürdürülebilir rekabet üstünlüğü elde etmek büyük önem arz etmektedir. Rekabetçi oldukları süreçlerde esas rakiplerine görece fark yarattıkları yüksek pazar pozisyonları elde edebilmeleri de bir o kadar önemlidir. Zira bu durum onların yaşam sürelerini de doğrudan etkilemektedir. Klasik yönetim düşüncesinden günümüze yönetim yaklaşımlarının organizasyonların rekabeti algılama ve yorumlama biçimlerine göre yönetildiğine ilişkin güçlü imalar barındırmaktadır. Bu çalışmada da rekabet süreçlerinde anlamlı bir yer tutan verimlilik üzerine odaklanılmış ve değişen dönemlerde değişen yönetim yaklaşımlarında verimlilik kavramının değişen algılanma biçimi ifade edilmiştir.

Klasik yönetim düşüncesi döneminde bilimsel bir yaklaşım benimsenmek istenmiş ve rekabet koşulu olarak sürecin sayısal bir karşılığının tespitine odaklanılmıştır. Bu çerçevede zaman etütleri, hareket etütleri ile insanın da organizasyonel sürecin bir parçası olduğu varsayımından hareket edilmiştir. Dönemin koşullarında ise henüz dünya kaynak kıtlığı tehlikesiyle yüzlememiştir. Büyük iki dünya savaşı arasındaki dönem olması sebebiyle savaşın yarattığı yıkıma ve sosyal dönüşüme de cevap verebilmek adına sürecin etkin biçimde kurgulanmasına odaklanılmıştır. Fakat daha sonra bireylerin duygu durumlarının da süreçte büyük bir fark yarattığı fıkri fark edilince verimlilik odağı süreci güçlendirmekten ziyade bireyin mental dayanıklılığını ve motivasyonunu güçlendirmek üzerinedir. Zira motivasyonu yüksek bireyler dönemin koşullarında yüksek performans sergileyerek organizasyonun rekabetçi pozisyonlar elde etmesine imkan yaratabileceklerdir (Berber, 2013). Verimlilik bu dönemde de üretkenlik temelli değildir. Taylor, Ford ile gelen ikinci sanayi devrimi Endüstri 2.0 (E2.0) ikinci dünya savaşı sonrası döneme yerini bırakmış

ve Endüstri 3.0 (E3.0) ile birlikte otomasyon, üretim bantlarında daha az insan unsuru, daha güçlü ve yaygın etkileşim araçları ve nihai kullanıcılardan daha fazla geri bildirim dönemi de böylelikle organizasyonların süreçlerini, performanslarını ve verimlilik algılarını tıpkı yönetim yaklaşımları gibi yeniden düzenlemeleri anlamına gelmektedir (Türkel ve Arıkan, 2020).

Yalnızca üretim süreçlerinde girdi ve çıktıların oranı üzerinden yapılan üretkenlik tabanlı verimlilik algısı yerini örgütün iç süreçlerini düzenlemesi ile ilişkilendirilmişken daha sonra bu duruma satış sonrası hizmet ve müşteri memnuniyetini de yönetmek eklenmiştir. E3.0 ile başlayan otomasyon ve kitlesel üretim süreçleri beraberinde yenilikçi yaklaşımları da getirdi. Toplam kalite yönetimi, altı sigma gibi yönetim ve üretim yaklaşımlarına odaklanıldı ve örgütler için bir rekabet koşulu haline geldi. Endüstri 4.0 ile birlikte veri madenciliği, büyük data, nesnelerin interneti gibi süreçteki insani hataları en aza indirgeyen bir teknolojik gelişim sürecine geçildi. Bu gibi teknolojiler aynı zamanda kişiselleştirilmiş kitlesel üretim süreçlerini de ortaya çıkardı. E4.0 ile verimlilik yalnızca motivasyonu yönetmek ya da kaynak girdileri ile üretim çıktılarının oransal değerleri üzerinden konuşmanın ötesine geçti.

Yakın gelecekte iyice azalan kaynakların geri dönüşümü ya da alternatif enerji kaynaklarının iklim değişikliğine etki düzeyi üzerinde çalışmaların artması beklenirken verimliliğin de önem arz eden başlıklar özelinde ele alınacağı değerlendirilmektedir. Tablo 2’de geçmişten günümüze verimliliğe ilişkin genel bakış açısı kısaca verilmiştir.

Tablo 2: Kuramların verimliliğe yaklaşımı

TEMEL YAKLAŞIMLAR	KURAMLAR	VERİMLİLİĞE YORUMU	VERİMLİLİK
KLASİK YÖNETİM YAKLAŞIMI	Bilimsel Yönetim Yaklaşımı	Süreç iyileştirmesi ve süreci en küçük ayrıntılarına kadar bölüp takip edebilmek	Süreci iyileştirmeye odaklan! Üretim üzerinden değil etkin süreç yönetimi kaynaklı verimli üretimden rekabetçi ol!
	Zaman Etüdü	Üretim sürecinde yönetilemeyen kaynak olan zamanı lehte kullanmak adına süreci basitleştirmek ve hız kazanmak. Süreç odaklılık.	
	Gantt Şeması	Şemaya uyanı ödüllendir ve parça başına ücret stratejisinden daha fazla istekli işçilerle fazlasını üret	
	Hareket Etüdü	Çalışma metodunu belirle eş yorgunluk düzeyinde daha fazlasını üreten işçilere sahip ol!	
	Yönetim Süreci Yaklaşımı	Sadece üretime odaklanma işletme sadece ondan ibaret değil farklı fonksiyonlara ayrı ve her birinde uzmanlaş topyekün verimli ol	Tüm fonksiyonlarda süreç geliştirme.
	İdeal Bürokrasi	Sahiplik kavramını netleştir ve bu departmanlara bölünme yapıda kimin ne kadar alanı ve hiyerarşik yapıyı belirle	Hiyerarşik denetleme ile departmanlar arası iletişim
NEOKLASİK (DAVRANIŞSAL) YÖNTEMLER	İnsan İlişkileri Dönemi	İnsan faktörü duygusal arka planından bağımsız olarak örgüt içinde düşünülemez ve verimlilik için motivasyona odaklanılmıştır.	Motivasyon odaklı süreç geliştirme ve insan kaynağına odaklanma
	Yapısal Koşul Bağımlılık Kuramı	Koşullara uyum sağlayacak şekilde yapılan ve bu yapı üzerinden verim elde et.	Koşullara uygun davranabilme yetkinliği ile verimlilik
	Kaynak Bağımlılığı Yaklaşımı	Kaynak akışının garantiye alınması ile güç dengesini lehine çeviren örgüt avantajlı konumunun getirisi olarak daha verimli olur.	Sürdürülebilir kaynak akışını garanti altına almak, korumak.
	Örgütsel Ekoloji	Ekosistemde yer alan kısıtlı kaynaklara erişimi olan ve kendine uygun ekosisteme girebilen örgüt kesim genişliği içinde yer bulur ve verimliliği sağlar	Ekosistemin verdiklerini doğru kullanmak
	Yeni Kurumsal Kuram	Faaliyet gösterilen çevrede yüksek karlılık ve toplumsal siyasal kabul görmüş örgütlerle eşbiçimli hale gelerek verimli ve karlı bir pozisyona gelinir	Verimli olanla eşbiçimlen ya da öykünülen ol
	İşlem Maliyeti Kuramı	Yapılacak faaliyetin güçlü ve sürekli olması için hiyerarşi mi piyasa mı sorusuna cevap aranır ve maliyet hesabına göre en az maliyetli olan seçilir.	Piyasa mı? Hiyerarşi mi?
	Vekalet Kuramı	Asimetrik bilgiye ulaşmak için harcanan kontrol mekanizması harcamaları azaltılması ve çatışan asil-vekil çıkarları bertaraf edilirse verimlilik artacaktır.	Asimetrik bilgiye sahip olmak
	İstisnalarla Yönetim	Yöneticiye inovatif olması için zaman yaratılırsa kritik ve doğru kararlar verilir ve işletme daha verimli olacak şekilde hareket edebilir.	Kritik kararlar ile avantaj sağlamak
	Amaçlara Göre Yönetim	Karar süreçlerine dahil edilen astlar ile faaliyetlerin benimsenmesi ve ortaya koyulan uygulamaların daha verimli olması arzu edilir.	Benimsenen ortak amalara ulaşma azmi
	Toplam Kalite Yönetimi	Verimlilik tüketici ihtiyaçlarına cevap verebilmek ve topyekün tüm faaliyetlerde hata maliyetlerini en aza indirmekten geçer	Piyasa ihtiyacını doğru okumak

Tablo 2’den de anlaşılacağı üzere içinde bulunulan dönem rekabet koşulları açısından, örgütlerin devamlılıkları açısından ve toplumsal öncelikler açısından önem arz eden hususlar göz önünde bulundurularak verimlilik kavramı değerlendirilmiştir. Fakat E4.0 ile hayatımıza giren teknolojik gelişmelerin

yanına günümüzün önem arz eden bir diğer konusu da simbiyotik bir bağ ile birbirlerini destekleyen örgütlerin oluşturduğu döngüsel ekonomidir. Bununla birlikte bakir kaynaklar üzerindeki tahrip gücü ve kaynakların tükenme sınırına gelmesi beraberinde örgütlerin farklı konulara da odaklanmasını gerektirmektedir (Arıkan, 2022). Rekabetçi olmanın yanında sürdürülebilirlik, alternatif enerji kaynakları temelli çıktıları artırırken fosil yakıt ya da nükleer enerji tabanlı endüstriyel süreçlerin azaltılması bir başka verimlilik yaklaşımına işaret etmektedir. Karbon ayak izi, dijital dünyanın yarattığı küresel ısınma tehdidi de yönetimlerin çözmesi ve verimli öneriler sunması gereken diğer konuların başında gelmektedir (Öztürk ve Şahin, 2023). Bu çerçevede Tablo 3'te güncel ve yakın gelecekte odaklanılması gereken konuları içeren verimlilik perspektifleri sunulmaktadır.

Tablo 3. Güncel yaklaşımlar ve verimlilik perspektifi

Güncel Konular	Verimlilik anlayışı
Karbon ayak izi	Alternatif enerji kaynaklarına odaklanılan ve küçük ölçekli yapılar üzerinde faaliyetlerini sürdüren organizasyonlar.
Küresel ısınma	Fosil yakıt kullanımı, bakir kaynak kullanımı ve kontrolsüz ormanlaşmayı destekleyen endüstriyel yatırımları en aza indirmek ve mümkünse terk etmek.
Müşteri ilişkileri	Yapay zeka vb teknolojik gelişmeler ile müşteri istek ve ihtiyaçlarına çok daha etkin ulaşmak ve kişiselleştirilmiş kitlesel üretim süreçlerini desteklemek.
Dijitalleşme düzeyleri	Yazılım ve donanım tarafında geçmişte çok daha geleneksel yapılar içinde sürdürülen örgütsel yapı ve işleyişleri günümüz koşullarına adapte edebilme düzeyi.
Sürdürülebilirlik	En az ve mümkünse sifıra en yakın düzeyde bakir kaynak kullanmak. Simbiyotik bağlanmalar ile hem çıktı atık hem de kaynak yönetim sürecinde yaşanabilecek belirsizlikleri ortadan kaldırabilmek

Bu çerçevede değerlendirildiğinde örgütler için yakın gelecekteki verimlilik yaklaşımları en çok çevresel koşullara etki düzeyi ve çıktılarının toplumsal süreçlere uyum düzeyiyle ilişkili olacaktır.

REFERANSLAR

1. Abell. P. (1995). The New Institutionalism and Rational Choice Theory, W.Richard Scott - Soren Christensen (Ed.), The Institutional Construction of Organizations, Sage, London, s. 3-14
2. Akduran, E. (2019). Çalışan Dayanıklılığının İşletmelerde Verimlilik Algısına Etkisi. Trakya Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. İşletme Anabilim Dalı. Yayınlanmamış Yüksek lisans Tezi. Trakya
3. Arıkan, Ö.U. (2022). Endüstri 4.0 ve Döngüsel Ekonomi: Akıllı Döngüsel Sistemler. B. İncekara (Ed.). Multidisipliner Yaklaşımla Ekonomi içinde (1-26). Ankara: Gazi Kitabevi.
4. Baransel, A. (1979). Çağdaş Yönetim Düşüncesinin Evrimi: Klasik ve Neoklasik Yönetim ve Örgüt Teorileri. İstanbul:İstanbul Üniversitesi Yayını.
5. Barney, J. (1991). Firm Resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1): 99–120. doi:10.1177/014920639101700108.
6. Berber, A. (2013). *Klasik Yönetim Düşüncesi*. Alfa Yayınları. 1. Baskı.
7. Box, T. M. ve Miller, W. (2011). Small firm competitive strategy. *Proceedings of the Academy of Strategic Management*, 10(1), 55-60.
8. Coase, R. H. (1937). The Nature of the firm. readings in price theory. Homewood, IL, Irwin. New Series, 16 (4), s. 331-351.
9. Coleman, D. C. (1956). "Industrial growth and industrial revolutions." *Economica*. 23(89):1-22.
10. Corwin S. (2003). Picturing Efficiency : Precisionism , Scientific Management and the Effacement of Labor , Representations , 84 , (In Memory of Michael Rogin) , s: 139-165.
11. Çetin, F. and Basım, H.N. (2011). The Role of psychological resilience in job satisfaction and organizational commitment attitudes, "*Work, Power*" *Journal of Industrial Relations and Human Resources*, 13(3), 79-94.
12. DiMaggio, P.J. ve Powell, W.W. (1983). The Iron cage revisited: institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields. *American Sociological Review*, s. 48, 147-160.
13. Donaldson, L., (1990). A rational basis for criticisms of organizational economics: a reply to Barney, *Academy of Management Review*, 15, s. 394–401.

14. Drucker P., (1999). Knowledge and Worker Productivity, Cal. Mgt. Review, 41/2, s: 79-86.
15. Eisenhardt, K. (1985). Control: Organizational and economic approaches. Management Science, 31, s. 134-149.
16. Eisenhardt, K. (1988). Agency and institutional explanations of compensation in retail sales. Academy of Management Journal, 31, s. 488-511.
17. Eisenhardt, K. (1989). Agency theory: An assessment and review. Academy of Management Review, 14 (1), s. 57-74.
18. Eren, E. (2011). Yönetim ve organizasyon “çağdaş ve küresel yaklaşımlar”. 10. baskı. İstanbul: Beta Basım Yayın.
19. Fayol, H. (2012). Genel ve Endüstriyel Yönetim. Ankara: Adres yayınları (Çev: A. Çalikoğlu). 3. Baskı
20. Hackman, J. R., ve Wageman, R. (1995). Total Quality Management: Empirical, Conceptual, and Practical Issues. Administrative Science Quarterly, 40(2), 309–342. <https://doi.org/10.2307/2393640>
21. Hannan, M.T. ve Freeman, J.H. (1977). The population ecology of organizations. American Journal of Sociology, 83, s. 929-984.
22. Hill, C. W. L., ve Jones, T. M. (1992). Stakeholder-Agency Theory. Journal of Management Studies, 29(2), 131–154. doi:10.1111/j.1467-6486.1992.tb00657.x
23. Jiang, S., Wang, D., ve Wang, X.-P. (2017). An Efficient Boundary Integral Scheme for the MBO Threshold Dynamics Method via the NUFFT. Journal of Scientific Computing, 74(1), 474–490. doi:10.1007/s10915-017-0448-1
24. Koçel, T. (2010). İşletme yöneticiliği, Genişletilmiş 12. Baskı, İstanbul.
25. Kukreja, S. (2019). Bureaucratic Theory by Max Weber, <https://www.managementstudyhq.com/maxwebers-bureaucratic-management-theory.html>, adresinden 05.07.2023 tarihinde alınmıştır.
26. Litter C. R., (1978) Understanding Taylorism, The British Journal of Sociology, 29/2, s: 185-202.
27. Mayer, R. C., Davis, J. H. and Schoorman, F. D. (1995). An integration model of organizational trust. Academy of Management Review, 20, s. 709–34.
28. Motroi, A. (2017). Verimlilik Ölçümü ve Veri Zarflama Yöntemi İle Bir Uygulama. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara
29. Özer, M.A. (2019). 21. Yüzyılın Modern Yönetimi İçin Geleceğe Yön Veren Yönetim Guruları, Ankara: Gazi Kitabevi.

30. Öztürk, E., ve Şahin, A. (2023). Encouraging sustainable clothing disposal: consumers' social recycling motivations in Turkey. *J Mater Journal of Material Cycles and Waste Management* volume 25, 3021–3032. <https://doi.org/10.1007/s10163-023-01739-z>
31. Parker, L. D., ve Ritson, P. A. (2005). Revisiting Fayol: anticipating contemporary management. *British Journal of Management*, 16(3), 175-194.
32. Prior, D. (2006). Efficiency and total quality management in health care organizations: A dynamic frontier approach. *Annals of Operations Research*.145, 281–299. <https://doi.org/10.1007/s10479-006-0035-6>
33. Sargut, S. (2001). *Kültürler Arası Farklılaşma ve Yönetim*, İmge Kitabevi, 2. Baskı.
34. Sargut, S. ve Özen, Ş. (2007). Yapısal koşul bağımlılık kuramının örgütsel çevre kuramları bağlamındaki yeri. Edt., Sargut, S., Özen, Ş., Gökşen, N.S., Oğuz, F., Önder, Ç., Üsdiken, B. ve E. Yıldırım, *Örgüt Kuramları*, İmge Kitabevi.
35. Thompson, K. R., Luthans, F., ve Terpening, W. D. (1981). The effects of MBO on performance and satisfaction in a public sector organization. *Journal of Management*, 7(1), 53-68.
36. Topaloğlu, C. (2011). Yönetim Kuramları ve Örgüt İçi Çatışmalar, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 6(1), 249-265.
37. Türkel, S. ve Arıkan, Ö. U. (2020). Stratejik İnsan Kaynakları Yönetimi ve Endüstri 4.0' in Kesişen Ekosistemi. *Toros Üniversitesi İİSBF Sosyal Bilimler Dergisi*, 7 (12), 115-139. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/iisbf/issue/54695/701727>
38. Woodward, J. (1965). *Industrial organization: theory and practice*. Oxford University Press.
39. Yoldaş, Y., (2019). *Sistem Kuramı*. İstanbul: Derin Yayınları.
40. Yükçü S. ve Atağan, G. (2009). Etkinlik, etkililik ve verimlilik kavramlarının yarattığı karışıklık. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, Cilt:23, Sayı:4, s. 1-13

34. Bölüm

Ulusal Kültür ve Çokkültürlülük Yaklaşım ve Politikaları

Rıfat GÜNDAY¹

¹ Prof. Dr.; Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Fakültesi Yabancı Diller Bölümü.
rgunday@omu.edu.tr ORCID No: 0000-0001-8356-5098

ÖZET

GİRİŞ

İnsan oğlunun var olduğu günden bu yana kültürün de varlığından söz edilebilir. Bu durumda kültürün tarihini insanlığın geçmişiyle eş saymak yanlış olmasa gerek. Zira insanın yaşamıyla ilgili ortaya koyduğu veya ürettiği her şey kültürün bir parçasıdır.

Kültür kavramı ile ilgili İngilizce Britannica (<https://www.britannica.com>) sözlüğünde şu tanımlara yer verilmektedir: 1) Belirli bir toplumun, grubun, yerin veya zamanın inançları, gelenekleri, yaşam biçimleri, sanatları vb., 2) Bir yerde veya kuruluştaki (bir işletme gibi) var olan bir düşünme, davranma veya çalışma biçimi, 3) Sanatsal etkinlikler (müzik, tiyatro, resim vb) şeklinde sıralanmaktadır. Taylor'ın tanımına göre ise kültür “toplumun bir üyesi olarak insanoğlunun sahip olduğu ahlak, inançlar, bilgi, sanat, gelenekler vb. alışkanlıkları ve becerilerini kapsayan bir bütün” (1958:269) dır.

Kültür kavramının “uygarlık” kavramıyla aynı anlamda kullanıldığı da görülmektedir. Almanların 19 yüzyılın başından itibaren (Williams, 2005:107), Fransız ve İngilizlerin 19.yüzyılın ikinci yarısından itibaren ve 20.yüzyılın başlarında (Güvenç (2002: 96) kültür kavramı yerine uygarlık (civilisation) kavramını tercih ettiklerine dikkat çekilmektedir (Oğuz, 2011: 126). Turan (1990:15) bu iki kavramın aynı olduğunu, birbirinden ayırmanın güçlüğüne belirtirken, bu iki kavramın içeriklerinin farklı olduğunu vurgulayanlar da bulunmaktadır. Gökalp'e göre kültür kavramı ulusal bir içeriğe sahipken, uygarlık kavramı uluslararası niteliğe sahiptir. Onun tarafından kültür kendiliğinden oluşan bir gerçek olarak değerlendirilirken, uygarlık ise belli bir yönetime dayalı oluşturulmuş ürün olarak görülmektedir (Akt.Turan, 1990:18-19). Bununla birlikte “ulusal ve evrensel açıdan tanımlanan kültür ve uygarlık her zaman birbirleriyle ilişki içindedir” (Çüçen, 2003:113). Oğuz ise (2011:127) kültür ve uygarlık arasındaki farkı kültürün farklı iki unsuruyla ilintilendirerek kültür için manevi kültür uygarlık içinse maddi kültür nitelendirmesinde bulunmaktadır.

Çokkültürlülük (multiculturalism) ve çokkültürlü (multicultural) kavramlarının tarihçesine bakıldığında her iki kavramın da oldukça yeni oldukları görülmektedir. Yaklaşık 50 yıllık bir geçmişi olan bu kavramlar toplumların yapılarındaki değişime ve farklı taleplere paralel olarak gelişmiş kavramlardır. Sıfat olarak çokkültürlü kavramı ilk kez 1941 yılında İngilizce farklı kültürlerle sahip kozmopolit bir toplumu nitelemek için kullanılmıştır (Lacorne, 1967; akt. Doytcheva, 2005:15). Çokkültürlülük kavramı isim olarak ilk kez 1957 yılında farklı etnik gruplardan oluşan ve almanca, fransızca ve italyanca gibi dillerin resmi diller olduğu bir Avrupa ülkesi olan İsviçre'de kullanılmakla birlikte (Sengstock, 2009:239), “çokkültürlülük siyasi bir proje

olarak ilk defa 1970’li yıllarda Kanada’da ulusal azınlıkların ve göçmenlerin kültürel, etnik, toplumsal ve siyasi taleplerine bağlı olarak ortaya çıkmıştır” (Yanık, 2012:39). Avustralya ve Kanada toplumlarındaki kültürel çeşitliliği teşvik eden devlet politikaları için kullanılmıştır (Glazer, 1997; akt. Doytcheva, 2005:15).

Özellikle son çeyrek asırda Avrupa ve Türkiye’de de çokça tartışılan çokkültürlülük kavramının bugünkü şekliyle Kuzey Amerika kökenli bir olgu olduğu görülmektedir. 1970’li yıllara gelindiğinde önce İngiltere ve İsveç’te, 1980’li yıllarda ise Almanya ve Hollanda’da gündeme gelmiştir. “Çokkültürlülük 1980’lerle birlikte modern topluma ve ulus-devlet modeline getirilen eleştiriler ile artan küreselleşme eğilimleri sonucu yaygınlık kazanmış bir sosyo-kültürel olgu” (Çelik, 2008:319) şekline dönüşmüştür. Amerika Kıtasından Avrupa Kıtasına yayılan çokkültürlülük tartışmaları yoğun olarak bu kıtalarda olmakla birlikte yavaş yavaş dünyanın diğer bölgelerinde de siyasal ve sosyal yaşam bağlamında gündemde olan bir konudur.

Çokkültürlülük bir toplumda farklı kültürel, etnik ve sosyal kimliklerin kurumsal olarak tanınması ve kendilerini ifade etmelerine imkân verilmesi yönünde bir talebi içermektedir. Bu bağlamda farklı kültürel kimlikteki birey ve gruplara eşit hakların verilmesi istenmektedir. İlk olarak etnik ve dini gruplara kültürel hakların tanınması yönünde bir yol olarak değerlendirilmeye başlanır. “Kavram olarak çokkültürlülük farklı kültürlerin, dilsel, dinsel, etnik ve azınlık durumlarına bağlı aidiyetlikleri ile ilgili eşitlik taleplerinin dile getirilişi, bu dile getirilişin “tanınması” ya da “çokkültürlü yurttaşlık” anlayışı doğrultusunda ele alınışı” (Yanık, 2012:211) şeklinde tanımlanmaktadır. Çüçen’ e (2003:115) göre çokkültürlülük yerel, ulusal ve evrensel kültürlerin bir arada bulunmasına denilmektedir. Parekh’a (2006:5) göre ise çokkültürlü toplum bünyesinde birçok kültür veya kültürel topluluğu barındıran bir toplumdur. Çokkültürlü uluslar birçok kültürü barındıran toplumlardır. Çokkültürlülüğün kısa bir genel tanımını yapmak gerekirse çeşitli kültürlerin aynı ülke sınırları içerisinde bir arada var olmasıdır.

Çokkültürlülük kavramının anlam alanı oldukça geniştir. Bu kavramın siyasal ve ideolojik amaçlı kullanımı Türkçede daha çok çokkültürcülük olarak da adlandırılmaktadır. Zizek’e (2001:165; akt. Çelik, 2008:324) göre çokkültürcülük çokuluslu küresel kapitalizmin ideoloji formu olarak ortaya çıkmıştır. O, çokkültürcülüğün de tersine çevrilmiş ve göndermesi kendinde bir ırkçılık olduğuna dikkat çekmektedir. Ayrıca bu durum aynı toplum içerisinde etnik-kültürel gettoların oluşmasına zemin hazırlayabilir (İnsel, 2006:3; akt. Çelik, 2008:324). Çokkültürcülük politikalarının nihai hedefi genelde farklı etnik grupların önce özerkliğin kazanılması daha sonra da bağımsız devlet

kurma planlarıdır denilebilir. Çokkültürlülükte ulus-devlet için en çok sorun oluşturan yapılar etnik grup farklılığı ve inanç farklılığı olduğu söylenebilir. Bu türden kültürel farklılıkların zaman zaman bir ayrışma aracı olarak kullanılmaya çalışıldığına tanık olunulmaktadır. Dünyanın çeşitli bölgelerinde bu hedefe ulaşan etnik gruplar bulunmaktadır.

Çokkültürlülük politikalarının ulusal kültürü ve ulusal bütünlüğü zedeleyerek daha sonra özerklik ve bağımsızlık taleplerine dönüşme tehlikesine karşı birçok ulus-devlet taleplere temkinli yaklaşmaktadır. Dolayısıyla herhangi bir ülkenin siyasal anlamda tamamen çokkültürlülük politikalarını uyguladığını iddia etmek oldukça güçtür. Her ne kadar belli ölçüde çokkültürlülük politikalarını izleseler de aynı zamanda asimilatrist veya farklı kültürlerin ulusal kültüre entegrasyonu yönünde politikalara devam etmektedirler. Tartışma ve düzenlemeler yapılırken ulusal bütünlüğün sürdürülmesine yönelik uyuma özellikle vurguda bulunmaktadır.

Çokkültürlülük politikalarının her ülkede aynı şekilde olmasını beklemek gerçekçi değildir. Ülkelerin iç dinamiklerine ve koşullarına bağlı olarak çokkültürlülük yaklaşımları da farklılık göstermektedir.

Günümüz toplumları geçmişe oranla daha çok heterojen bir yapıya sahiptir. “Devletlerin %10’undan daha azı kültürel olarak homojen ve dünyada “5000’den fazla” etni var. Günümüz toplumlarında kültürel heterojenliğin bir başka kaynağı da hareketlilik”dir. (Doytcheva, 2005:10). Önce göçler, son dönemde kitle iletişim araçlarının yoğun bir şekilde gelişmesi yerel ve ulusal kültürün sınırlarını aşındırmaktadır. Dolayısıyla çağımızda devletlerin veya toplumların büyük çoğunluğu heterojen bir yapıya sahip oldukları için doğal olarak çokkültürlüdürler.

YÖNTEM

Kuramsal temelli bu araştırmada betimsel analiz yöntemi izlenmiştir. Araştırma çeşitli dijital ve basılı kaynaklar üzerinden yürütülmüştür. Araştırmanın evrenini Kanada, Amerika Birleşik Devletleri, Birleşik Krallık, Belçika, Hollanda ve İtalya devletlerinin çokkültürlülük politikaları oluşturmaktadır. Kaynaklardan elde edilen bulgular farklı bakış açıları doğrultusunda yorumlanmış ve ülkelerin politikaları arasında karşılaştırmalar yapılmıştır.

BULGULAR VE YORUMLAR

Yerel/Grup Kültürü, Ulusal Kültür ve Küresel/Evrensel Kültür

Kültürü, yerel/grup, ulusal, küresel/evrensel bağlamlarda değerlendirmek mümkündür. Bununla birlikte kültürü yerel, ulusal ve küresel/evrensel düzeyde sınıflayıp sınırlar belirlemek oldukça güçtür. Bir ülke veya ulusun sınırları içerisinde yaşayan farklı grup veya bölgelere özgü kültürlere yerel/grup kültürü veya alt kültür denilir. “Yerel kültür, ulus ve ülke ölçeğinden daha küçük insan topluluğu ve coğrafya tarafından üretilen kültürdür” (Oğuz, 2011:128). Ulusal kültür, bir ulusa ait olan ve o ulusu bir arada tutan tüm değerler bütünüdür (Çüçen, 2003:112). Aynı ülke veya aynı ulus-devlet sınırları içerisinde uzun süren ortak yaşam sonucu oluşmuş kültürdür denilebilir. Bir kültürün ulusal olabilmesi için toplumsal yaşayış tarzı olarak, belirli bir toplumun bütün bireylerinde ortak düşünce, duygu ve davranış ilişkilerini sağlaması gerekmektedir. Kongar (1989: 32-33; akt. Oğuz, 2011:129), ulus kavramının ürünü olan kültürü ulusal kültür olarak adlandırırken, insanlığa mal olmuş kültürü de evrensel kültür olarak tanımlamaktadır. O, ulusal kültürü evrensel kültürden ayıran unsurları, coğrafi alanlar, tarihsel dönemler ve etnik farklılıklar olarak belirtmektedir. Buna karşın Gökalp kültürün ulusal olduğuna, ancak uygarlığın evrenselliğinden söz edilebileceğine dikkat çekmektedir. “Kültür, yalnız bir ulusun din, ahlak, hukuk, us, estetik, dil, iktisat, felsefe ve fenle ilgili yaşayışlarının uyumlu bir toplamıdır; aynı gelişmişlik düzeyinde bulunan birçok ulusların toplumsal yaşayışlarının ortak bir toplamı ise uygarlıktır” (Gökalp, 1997:25). Çüçen (2003:115) ise bir zaman diliminde aynı bölgede yaşayan belli insan grubuna ait değerleri yerel kültür (Laz kültürü, Karadeniz kültürü), bir ulusu diğer uluslardan farklı kılan bilgi, beceri ve davranış özelliklerini ulusal kültür (Türk kültürü), insan ruhunun işlenmesi, gelişmesi ve aydınlanması sonucu oluşan bilgi, beceri ve davranışların oluştuğu değerler bütününe ise evrensel kültür olarak tanımlamaktadır.

Güvenç (2002:110; akt. Oğuz, 2011:129) ulusal kültür kavramının sınırlarının sadece bir ülkenin coğrafi sınırlarıyla çakışamayacağını, kültür kavramının birçok ülkeyi kapsayabileceği gibi, bir ülkenin ulusal sınırları içinde çok sayıda farklı alt kültürün bulunabileceğine işaret etmektedir. Türk kültürünün Türkiye coğrafyası dışında başka ülkelerdeki varlığı ile Türkiye’deki farklı grup kültürleri buna örnek verilebilir.

Kültürle ilgili farklı sınıflandırmalar da yapılmaktadır. Eliot kültürü, birey, topluluk ve toplum olmak üzere üç boyutta ele almakta ve bireyin kültürünün topluluktan ayrı tutulamayacağını ve topluluğun kültürünün de toplumun kültüründen soyutlanamayacağını ileri sürmekte, dolayısıyla kültürün bu üç boyutuyla birlikte ele alınması gerektiğini vurgulamaktadır (1962:24; akt.Oğuz,

2011:135). Çüçen, ulusal kültürü alt kültür olarak nitelendirirken evrensel kültürü de üst kültür olarak nitelendirmektedir (2003: 113-114). Aslında evrensel kültür ile küresel kültür kavramlarının kapsamları arasında da farklılık söz konusudur. Bilimden felsefeye insanlığın yarattığı ortak değerler evrensel kültürü oluştururken, kapitalizm ve bilgi-iletişim teknolojilerinin hızlı yayılması sonucu oluşan kitle kültürü de küresel kültürü oluşturmaktadır.

Günümüz dünyasında ulaşım ve iletişimin gelişmesi ve her şeyin hızlı bir şekilde yayılması küreselleşmeyi artırmaktadır (Doytcheva, 2005:9). Küreselleşmeyle birlikte artık ulusal kültürün daha fazla değişime uğradığı ve ulusal kültürün dinamik yapısını korumasının oldukça güç olduğundan söz edilebilir. Özellikle günümüz dünyasında insan sadece içinde bulunduğu grup kültürünün değil aynı zamanda dünyaya geldiği ulusal kültür ortamı ve küresel kültür ortamının etkisinde yaşam sürdürmektedir (Özlem, 2000:198). Ulusal kültürün küresel kültür hegemonyasıyla baş edemediği bir durumda yerel ya da grup kültürünün çokkültürlülük bağlamında varlığını sürdürme iddiası ve mücadelesi pek de mümkün gözükmemektedir. Küreselleşmeyle birlikte ortak küresel kültürden söz etmek gerektiği açık bir gerçektir. Küreselleşme kültürler arası etkileşimden etkilendiği gibi yeni bir ortak kültür inşasının da kapısını aralamıştır. Tüm dünyada artık mekan kültürleri, giyinme kültürleri, saç modelleri, müzik kültürleri, beslenme kültürleri vb. birbiriyle benzer duruma gelmiştir. Ancak bu ortak kültür oluşumunda çeşitli ulusların kültürlerini potada var etme yerine kapitalist güçlerin kültür varlığı her açıdan kendi ağırlığını ortaya koymaktadır. Amerikan sineması, Mc Donalds, Coca Cola örneğinde olduğu gibi. Bir yandan küreselleşme yerel kültürlerin ve grup kültürlerinin tanınmasına yol açarken, diğer yandan da küresel tekil kültürün oluşmasına neden olmaktadır.

Küreselleşme ulusal sınırları ortadan kaldırdığı gibi ulusal kimlikleri de zayıflatmaktadır. Küreselleşmenin ulus devletler üzerinde yarattığı baskı sonucu yurttaşlığın ulustan arındırılması taleplerinden söz edilmeye başlanmış ve çözüm olarak da ulus ötesi yurttaşlık biçimlerini gündeme getirenler olmuştur (Akto, 2018:96).

Çokkültürlülük Politikasının Ortaya Çıkma Nedenleri

Fransız İhtilalinden sonra modern dönemin bir ürünü olarak oluşan ulus-devlet, toplumsal alanda tam bir bütünleşmeyi sağlamak için, kültürel açıdan tek boyutlu kendi içerisinde bütünleşebilmiş bir yapının hâkim olmasına yönelik çaba sarfeder. Batıda ulus-devletin inşası sürecinde egemen olan etnik grubun etrafında bütünleşme sağlanmış ve diğer etnik gruplar, bu egemen kültürü üst kimlik olarak benimsemişlerdir. Bu formülasyon çerçevesinde ulusal kültür,

siyaseten hâkim kültürü ulusun ortak ve genel bir kültürüne dönüştürme çabasının sonucu oluşmuştur (Yanık, 2012:1). Siyasal bağlamda ulusal kültürü öne çıkaran asimilasyon ve entegrasyon politikalarına bir başkaldırı olarak değerlendirilebilen çokkültürlülük kavramının ortaya çıkmasının temel nedeni, etnik ve inanç temelli kültürel farklılıkları vurgulama amacına dayanmaktadır. Çokkültürlülük politikalarının ortaya çıkmasında birkaç etkenin rol oynadığı söylenebilir.

1) Bunlardan bir tanesi postmodernizmle birlikte modernizm döneminde önem kazanan güçlü ulus-devlet anlayışı yerine devlet içerisindeki farklı grupların her anlamda tanınma talepleri. Bu modele Kanada'nın durumu ve çokkültürlülük politikası örnek verilebilir. Kanada'da çokkültürlülük Québec eyaletinde yaşayan Fransız kökenlilerin farklı kimlik ve tanınma politikaları sonucunda ortaya çıkmıştır.

2) Amerika Birleşik Devletleri ve Avrupa'ya yapılan yoğun göçler nedeniyle göç etmiş azınlıkların kültürel kimliklerinin tanınma ve eşit hak talepleri. Zira 1960'lı yıllarda önce ABD ve ardından da Batı Avrupa'da göç nedeniyle toplumsal çeşitliliğin artması neticesinde başta etnik azınlık hakları olmak üzere çeşitli grupların kimliklerinin tanınması ve kendilerine göç ettikleri ülkenin vatandaşlarıyla eşit hakların sağlanmasına yönelik talepleri sonucunda 1970'li yıllarda çokkültürlülük kavramı tartışılmaya başlanmıştır (Munley, Duncan, McDonnell ve Sauer, 2004). Bu doğrultuda göçmen grupların kültürel farklılıklarını kabullenme ve korunmasına yönelik politikalar geliştirme bağlamında çokkültürlülük kavramı odak haline gelmiştir. Böylece göçmenlerin geldikleri topluma tam asimilasyonu politikası yerine çokkültürlülük politikası çerçevesinde farklılıkların tanınıp hoş görülmesi yoluyla daha uyumlu bir toplum yaratmak hedeflenmiştir (Yalçın, 2002; Başbay ve Bektaş, 2009:33-34).

3) Aynı ulus içerisindeki farklı grupların kültürlerinin söz konusu ulusun kültürel zenginliği olarak yaşatılması. Bu bakış açısı doğrultusunda genel anlamda “çokkültürlülük kavramı farklı kültürel değerlerin korunması ve yaşatılması anlayışını benimsemektedir.” (Başbay ve Bektaş, 2009:34). Fransa ve Türkiye gibi ülkelerin ulusal bütünlük içerisinde yer alan farklı grupların kültürlerini yaşatma yaklaşımları buna örnek verilebilir. Fransa'da korsarikalılar, normandiyalılar ve bretonlar gibi grupların Türkiye'de kürtlerin, lazların, boşnakların ve benzeri grupların kültürel farklılıklarını yaşatmaları. Ayrıca farklı etnik köken dışında, farklı bölge, sınıf, inanç, hayat anlayışı, dil ve cinsiyet gruplarına ait kültürleri de bu çokkültürlülük kategorisinde değerlendirebilir.

Yanık, çokkültürlülüğün ortaya çıkma nedenini küreselleşme ve uluslararası göç olayına dayandırmaktadır. “Çokkültürlülük, 1970'li yılların başında gerek

küreselleşmenin dünya genelindeki sosyal, politik ve ekonomik alanlarda yarattığı dönüşümlere gerek ulus aşırı göç hareketlerine gerekse de artan etnik çatışmalara bağlı olarak ortaya çıkan ve bugünün politik ve sosyolojik tartışmalarının önemli bir nesnesi haline gelebilen sosyolojik bir olgudur.” (2012: iii-3). Çelik’e (2008:322) göre, “Çok kültürlülük sorunsalı, küreselleşme, modernleşme, demokrasi, çoğulculuk, insan hakları gibi içinde yaşadığımız tarihsel kesitin temel politik gündemleriyle de ilişki içindedir. Dolayısıyla güncel politik mücadelelerin odağında yer alır.” Akto’ya (2018:7) göre ise “Demokratik süreçlerle beraber ortaya çıkan yeni yaklaşımlar çokkültürcülüğü yeni bir siyaset fikri, yeni bir “-izm” haline getirmiştir. Bu anlamıyla aslında çokkültürcülük’ün, liberal veya sosyal demokrat eşitlikçilik ve yurttaşlık anlayışından doğduğunu söylemek mümkündür.”

Batı devlet ve toplumları kendileri dışında kalan diğer etnik ve inanç gruplarını ötekiler olarak görüp bir ötekileştirme politikası izleyebilmektedirler. Çokkültürlülük tersten değerlendirildiğinde özellikle batı toplumlarının aynı toplum içerisindeki farklı gruplara farklı bakmasından ve eşit görmemesinden kaynaklandığı söylenebilir. Bu farklı görme politikaları sonucunda sivil toplum örgütlerinin de desteğiyle bu kez çeşitli etnik ve inanç grupları tarafından farklı olduklarını öne sürerek siyasal ve sosyal anlamda değişik hak talepleri oluşmuştur. Çeşitli ülkelerdeki azınlık ve göçmenlere yaşadıkları ülke yurttaşlarına tanınan hakların tanınmaması, bir başka deyişle aynı toplumda eşit haklara sahip olamamaları onları politik çerçevede çokkültürlülüğün tanınması yolunda taleplerde bulunmaya sevk etmiştir.

Etnik gruplar, farklı inanç grupları, göçmenler tarafından talep edilen çokkültürlülük durumu dışında postmodern dönemde postmodernistlerin bireysel farklılığı ve çeşitliliği vurgulaması, aynı zamanda çokkültürlülüğün bireysel bağlamda farklılık söylemini de gündeme getirmiştir. Bir düşünce sistemi olarak postmodernizm, bireyselliği, yerelliği ve kültürlerin sahip olduğu özgünlükleri savunduğu için, ulus-devletin yekpare toplumsal yapısını aşındırmaya yönelik sorunsal oluşturmuştur (Yanık, 2012:66-70). Zira “postmodernizmin yarattığı kültürel çoğulculuk, tüm toplumsal hareketlerin kendi taleplerini özgürce seslendirmesine ve örgütlenmesine izin vermektedir” (Çağlar, 2008:382).

Bauman’a (2010:55) göre Fransız İhtilalinden sonra önemli bir model olarak görülen ve 20. yüzyılda dünyada en yaygın sistem haline gelen ulus-devlet yapısı ve dayanmakta olduğu siyasal örgütlenme küreselleşme ile birlikte aşınmaya başlar. Ulus-devletin sahip olduğu üniter yapı özelliklerinin ekonomiden kültüre her alanda küreselleşen bir dünyada geçerliliğinin ne düzeyde olduğu sorgulanabilir hale gelir. Küreselleşme toplumsal açıdan

değerlendirildiğinde herkesin tek bir dünyada yaşadığına, siyasal açıdan değerlendirildiğinde ise ulus-devletin meşruiyetinin, ulus üstü siyasal yapıların ulus-devletin sınırlarını aşan hâkimiyet alanları yarattığı görülmektedir (Yanık, 2012:43-54). Ulus devletlerin toplumun bütünlüğünü sağlamaya yönelik birleştirici politikalarına karşın küreselleşme, farklılıkların vurgulanmasını ve her türlü bütüncül yapının aşınmasına yol açmaktadır. Bu nedenle küreselleşme ile çokkültürlülük düşüncesinin doğması arasında yakın bağlantı söz konusudur.

Önce Batı toplumlarının içinde başlayan farklılıkların tanınması talepleri daha sonra diğer toplumlara da sıçramıştır. Oysa çokkültürlülük kavramı son elli yılda gündeme gelen bir kavram olsa da toplumların çokkültürlülük durumu tarihin çok önceki dönemlerinden beri doğal olarak mevcuttur. Bazı toplumlarda sosyal alanda çokkültürlü yaşam anlayışı zaten sorunsuz sürmektedir.

Bazı Ülkelerin Çokkültürlülük Politikaları

Yaklaşık son elli yıllık tartışıldığı şekliyle çokkültürlü toplum olgusunun Kuzey Amerika ve Avrupa'da ortaya çıkmış bir kavram olduğu görülmektedir. Bununla birlikte çokkültürlülük olgusu her ülkede farklı şekillerde kabul görmektedir. En geniş şekilde özellikle Kanada'da siyasal anlamda uygulanan çokkültürlülük politikaları, Avrupa ülkelerinde farklı boyutlarda uygulanmaktadır. Ülkelerin toplumsal, siyasal ve kültürel yapıları çokkültürlülük politikalarını etkilemektedir. Teoridekinin aksine uygulamada ülkeler kendi iç dinamiklerine göre farklı yaklaşımlar izlemektedirler.

Burada 2 Kuzey Amerika, 4 Avrupa'dan olmak üzere toplamda 6 ülkenin çokkültürlülük yaklaşımları irdelenmektedir. Bu ülkeler, Amerika Kıtasından Kanada ve Amerika Birleşik Devletleri, Avrupa'da İngiltere, Belçika, Hollanda ve İtalya'dan oluşmaktadır. Kanada, Amerika Birleşik Devletleri ve Birleşik Krallık Anglo-Sakson kökenli 3 ülke, yine Kanada, Birleşik Krallık ve Belçika çok iç ulusal azınlığa sahip 3 ülke, Hollanda ve İtalya ulus-devlet örnekleri olarak seçilmiştir.

Kanada

Kanada iki uluslu (İngiliz ve Fransız) toplum yapısına sahip bir ülkedir. Bunun dışında yerli halk ve ülkeye sonradan yerleşen göçmenleri de kapsayan kozmopolit bir toplumdur. Buna karşın kurucu ulus olarak Anglofonlar öne çıkmıştır. Kanada toplumunda Frankofonlar uzun süre ulusal azınlık statüsünde konumlanmıştır.

Kanada'da 1960'lı yıllarda yaşanan siyasal ve ekonomik sıkıntılar sonucunda ulusal azınlıkların farklılıkları gündeme getirilirken, aynı zamanda kültürel anlamda bölünme dikkat çekmektedir (Yanık, 2012:99). Québec bölgesinin özerkliğinin

tanınması için siyasiler ve sivil toplum örgütleri mücadele ederler. Kanadalı kimliğini kabul etmekle birlikte ayrı bir ulus yaratma hedefi doğrultusunda kültürlerini ve dillerini koruyup geliştirmeye yönelik hak taleplerinde bulunurlar.

1968-1984 yılları arasında dört dönem başbakanlık yapan Liberal Parti başkanı P. Trudeau, Kanada’da çokkültürlülük politikasını teşvik etmiştir (Yanık, 2012:98). Kanada 1971 yılında Çokkültürlülük Yasasını kabul etmiş bir ülkedir. Bu yasa “Kanada toplumunun kültür ve ırk çeşitliliğine sahip yapısını yansıttığı yollu anlayışı benimseyip teşvik edeceğini ve Kanada toplumunun her üyesine kendi kültürel mirasını koruma, artırma ve paylaşma özgürlüğü tanıdığını bildirmektedir.” (Akto, 2018:26). Kanada’nın 1970’lerde Frankofonların talepleri doğrultusunda çokkültürlülük politikası uygulamaya konulmuştur. Bu yasanın en önemli kazanımlarından birisi çeşitli kültürlerin tanınması yanında farklı gruplara yönelik ayrımcılığın yasaklanması ve tüm yurttaşlara eşit hakların verilmesidir.

Çokkültürlülük en geniş kapsamlı ve siyasal temelli bu ülkede kabul görüyor gözükmekle birlikte, eşitlik açısından Anglofon ve Frankofon Kanada halkları ile göçmenlerin durumları arasında farklılık bulunmaktadır. Zira Kanada’daki Anglofon ve Frankofon ulusal azınlıklar için Kanadalı nitelendirmesi yapılırken, göçmenler için Kanadalılık tanımlaması söz konusudur. Bu durum sonradan ülkeye göç edenlere yönelik üstü kapalı bir entegrasyon uygulandığını göstermektedir (Brtotz, 1980:42-44). Buna rağmen sonradan ülkeye gelen göçmeler açısından en çok kültürel hakların tanındığı bir ülke olarak kabul edilebilir. Hint asıllı göçmenlerin kamusal alanda dini sembollerini kullanabilmesi buna örnek gösterilebilir.

Québec bölgesinde Frankofonların, ulusal azınlık olarak anadil başta olmak üzere kültürel ve siyasal hak taleplerinde bulunurken kendi bölgesinde yaşayan yerli halk ve göçmenlere yönelik Québec bölgesinde Fransızcanın dışındaki diğer dilleri kısıtlamak için bölgesel dil yasasına başvurmaları ve bu türden bir haktan yararlanmalarını reddetmeleri çokkültürlülük açısından bir çelişkidir ve Frankofonların çokkültürlülük politikasını hangi noktadan özümstedikleri hakkında şüpheleri daha da arttırmaktadır (Kalaycı, 2007, 69-73; Yanık, 2012:101).

Liberal çokkültürlülük bireyi gruba öncelerken, liberal olmayan çokkültürlülük grubu bireyden önemli görür (Goodin, 2006:89-90). Kanada hem birey hem de grup kültürü açısından çokkültürlü bir toplumdur. Kanada’da bireysel düzeyde çokkültürlülük geniş kabul görürken, toplumsal bağlamda kültürel entegrasyon hala önemli görülmektedir.

Amerika Birleşik Devletleri

Amerika Birleşik Devletleri adından da anlaşılacağı üzere eyalet sistemine dayalı bir devlettir. Toplumun genel yapısına baktığımızda önce üç farklı boyutta

ele almak mümkündür. Anglo-Sakson kökenli Amerika Birleşik Devletleri'ni kuran topluluk, yerli halk (Kızıldereliler) ve göçmenler. Göçmenler de kendi aralarında farklı ana gruplara ayrılmaktadır. Bunlar Avrupa'dan göç edenler, Latin Amerika'dan göç edenler, Asya Kıtası'ndan göç edenler, Afrika Kıtası'ndan çalıştırılmak için getirilenler ve son dönemde dünyanın dört bir yanından iş kurmak, iş bulmak veya orada yaşam sürdürmek için gelenler ya da mülteciler. Bu grupsal farklılıklara bir de beyaz veya siyah ırksal ve inanç farklılıklarını eklemek gerekmektedir. Dolayısıyla çok farklı toplulukların oluşturduğu bir ulus yapısı söz konusudur.

Amerika Birleşik Devletleri başlangıçta göç yoluyla kurulduğu gibi aynı zamanda sonraki dönemlerde de dünyanın her tarafından göç alan bir ülke olduğu için uluslararası kapsamda adeta en fazla kültürel çeşitliliği bir arada barındıran ülkelerin başında gelmektedir. Ülkenin kuruluş ve kimliğinde yerlilerin bir gücü bulunmamaktadır. Ayrıca İkinci Dünya Savaşından sonra da yoğun göç alan ülkelerden birisidir. Dolayısıyla doğal olarak başlıca çokkültürlü ülkeler arasında yer almaktadır.

Ülkede çokkültürlülükle ilgili politika ve yaklaşımlar irdelendiğinde öncelikli hedefin tüm etnik grupların Amerikan kültürüne entegrasyonunun öngörüldüğü anlaşılmaktadır. Bununla birlikte farklı göçmen grupları için ve farklı dönemlerde uygulamalarda değişikliklerin olduğu gözlemlenmektedir.

Amerika Birleşik Devletleri'nde siyah ve beyaz ırk ayrımcılığı uzun sürmüş ve çok etkin bir şekilde toplumda kendini göstermiştir. Amerika Birleşik Devletleri'nin kuruluşu ve siyasi yapılanmasında yer alan beyaz ırk ve Anglo-Sakson etnik vurgunun ön plana çıkarıldığı görülmektedir. Anglo-Sakson kültür ana kurucu unsur olarak değerlendirilmiştir. Bu etnik ayrım ve Anglo-Sakson kültürüne uyum, sonraki dönemlerde hem Kıta keşfedilmeden önce orada yaşayan yerli halkın asimilasyonunda hem ülkenin sanayi ve tarım alanlarında yaşanan işgücü açığını azaltmak amaçlı topluluklar halinde göç ettirilen Afrika kökenli-köle işçilerden oluşan siyah ırkın adaptasyonunda hem de bütün göçmenlerin entegrasyonunda uygulanmıştır (Yanık, 2012: 140-141). Uygulanan sistem 'Anglo uyum' modeli olarak adlandırılmıştır. Bu model, Amerika Birleşik Devletleri'ne göç edenlerin kendi geçmiş kültürlerini terk etmelerini ve katıldıkları Amerikan toplumunun kültürel normlarını özümlemeleri yönünde bir asimilasyon politikasını içermektedir. 1960'lara kadar Amerika Birleşik Devletleri, Kanada ve Avustralya, göçmenlerden kendi geçmiş kültürlerini terk edip tamamen katıldıkları toplumun mevcut kültürel normları benimsemelerini istemişlerdir. Nitekim asimile edilemez olarak gördükleri bazı grupların bu ülkelere girişini engellenmişlerdir (Kymlicka, 1998:42). 19.yüzyılın sonlarında bu ülkeye göç ettirilen insanlara, dünyanın neresinden

gelmiş olduklarına bakılmaksızın kendilerini ‘Amerikalı’ gibi hissetmeleri telkin edilmektedir (Aktay, 2002:7).

Amerika Birleşik Devletleri asimilasyon politikasının sert bir kavram olduğu düşüncesinden hareketle kültürel uyum için ‘eritme potası’ politikasını izlediği yönünde değerlendirmeler de bulunmaktadır. Anglo-Sakson temelde ülkenin bir kültürel birlik oluşturulması hedefi doğrultusunda ‘erime potası’ algılayışı benimsenmiştir. Erime potası, etnik gruplar olarak tanımlanan göçmenlerin kültürel özgüllüklerinin ve farklılıklarının dışarıda bırakılarak büyük toplumla tam anlamıyla adapte olmasını sağlayacak bir yöntem olarak geliştirilmiştir (Goldberg, 1994:9; Yanık, 2012:140-143). Erime potasının asimilasyonist politikadan farkı ise, eritme potasında etnik grupların tüm özgüllüklerinden hemen feragat etmesi beklentisi yerine, kültürel, dilsel ve dinsel açıdan zamanla, evrim geçirerek büyük toplumla uyumlu olmaları hedeflenmektedir (Vatandaş, 2002 :25).

Amerika Birleşik Devletleri’ne Avrupa ülkelerinden gelen Anglo-Sakson kökenli göçmenlerin dilsel ve kültürel uyumu bir sorun olarak görülmemiştir. Zira zaten Kıta’nın fethi ve devletin kuruluşundaki etkin güç aynı etnik gruptan oluşmaktadır. Amerika’ya ilk giden ve devleti kuran Anglo-Saksonlar dışında 1900’lü yılların başı ile I. Dünya Savaşı sonrasında bir milyona yakın kişi göç etmiştir. Göç edenler hem Batı hem de Doğu Avrupa ülkelerindendir (Yanık, 2012:141). Avrupalı göçmenler Amerikan kültürüne kolayca uyum göstermişlerdir.

Asya Kıtasının farklı ülkelerinden Amerika Birleşik Devletleri’ne, bu ülkenin ilk kuruluş yıllarından günümüze çalışma ya da başka amaçlarla göçler olmuştur. Homojen bir topluluk olmadıkları için Hispanikler gibi bir bütünlük içerisinde hareket edememişlerdir. Etnik köken farklılığına bağlı olarak dilsel ve kültürel birliktelik söz konusu olmamıştır (Joppke, 1996:457). Çin başta olmak üzere Asya kökenli göçmenler dilsel ve kültürel açıdan kendi geçmiş kültürlerini terk edip Amerikan Anglo-Sakson toplumuna kolayca entegre olmuşlardır.

İspanya’nın eski sömürge devletlerinin oluşturduğu Latin Amerikalı göçmen grubu Hispanik kökenliler olarak adlandırılmaktadır. Hispanik olarak adlandırılan ‘etnik’ yapı, Amerika Birleşik Devletleri’ne 1800’lü yıllardan itibaren Meksika, Küba ve diğer Orta ve Güney Amerika’dan göç etmişlerdir. Nüfus bakımından en geniş etnik grup Hispaniklerdir ve nüfusu en hızlı artan azınlık grubudur. Bununla birlikte Hispanik kökenliler arasında Kübalılarından Guatemalalılarına birçok etnik grup yer almaktadır. Latin kökenli göçmen grupları dillerini ve kültürlerini göç ettikleri ülkede devam etmişlerdir. Bu bağlamda Hispanik kökenliler etnik bir azınlık olarak kendilerini daha görünür kılarken, siyahlar için kültürel farklılıklarını ve kimliklerini kabul ettirmeleri pek kolay olmamıştır (Yanık, 2012:140-149). Hispaniklerin bu adla kendilerini devlette bir azınlık olarak kabul ettirmeleri, sonrası süreçte büyük Amerikan toplumundan taleplerde bulunmalarının da

yollarını açmıştır. Bu talepler içerisinde eğitim ve sosyal alanlarda İspanyolcanın öğretilmesi, ayrı bir dil eğitiminin okullarda verilmesi ve siyasi anlamda topluluksal faaliyetlerin yapılabilmesi şeklindedir. Böylece Amerikan siyasetinde ve eğitimde çokkültürlü bir yapı işlerlik kazanmış ve özellikle Amerikan eğitim sisteminin iki dilli bir yapıya sahip olduğu söylemsel olarak dile getirilebilmiştir. (Tienda ve Mitchell, 2001:122-123; Yanık, 2012:153).

Amerika Birleşik Devletleri'nde Siyahilere karşı izlenen kültürel politika, siyah ırk öteki olarak değerlendirilmekte ve Amerikan toplumunun kültürel normlarına uyması, bir başka deyişle asimile olması gerektiği yönündedir. Siyahlara karşı sürdürülen bu ayrımın 1940'lı yılların sonlarında bir problem haline dönüştüğüne tanık olunmuştur. Bununla birlikte Sivil Haklar Hareketi Amerikan kamuoyunda olumlu karşılanmış ve siyahlara yönelik ırk temelli ayrımın ortadan kaldırılmasında büyük bir rol oynayabilmiştir. 1980'li yıllardan sonra eğitim alanında da onlara eşit oran ve statüde haklar tanınmıştır (Yanık, 2012:143-145).

Amerika Birleşik Devletleri söz konusu göçmen topluluklarının kültürel farklılıkları tanımaya yönelik bazı değişik uygulamaları kabul etmekle birlikte, temel politika ve yaklaşımları farklı kültürlerden bu büyük topluluğa katılan birey ve grupların Amerikan toplumunun kültürel değerlerini paylaşacağı ve toplumsal yaşantısına uyum sağlayacağı ilkesi üzerine yapılandırılmıştır. Kısacası asimilasyon politikası yerine çokkültürlülük bağlamında kaynaştırma ve eritme politikası benimsenmiştir.

2000'li yıllardan sonra özellikle Müslümanlara karşı ABD'de ve Kanada'da da çokkültürcülük karşıtı tepkiler dikkat çekmeye başlamıştır (Moodood, 2014:26-30; akt. Akto, 2018:69). Bunda 11 Eylül 2001 yılı Newyork'ta ikiz kulelere yapılan saldırının da önemli etkisi olmuştur.

Birleşik Krallık

Birleşik Krallık çok uluslu veya çok etnik gruplu bir yapıya sahip bir ülkedir. Adından da anlaşılacağı üzere İngilizler/İngiltere, Galler/Galya, İskoçlar/İskoçya ve Kuzey İrlandalılar/Kuzey İrlanda toplumlarından oluşmuştur. Bu devlette ırklar arası ilişkiler belli bir yasal düzleme oturtulmuş şekilde sürdürülmektedir. Krallığa bağlı topluluklar yerel çerçevede bazı farklı kültürel hak ve hukuk sistemine sahiptirler. Topluluklar iç dinamikleri açısından bağımsızdırlar. Özellikle İskoçlar kullandıkları lehçe, giyim ve müzik kültürü açısından İngiliz kültüründen oldukça farklıdır. Çokkültürlülük kavramı yerine çoğulculuk kavramının tercih edildiği görülmektedir. Çokkültürlülük, çoğulculuğa saygı şeklinde kendisini göstermektedir. Birleşik Krallık farklı azınlık gruplarının kültürel kimliklerini tanımakta, bu nedenle de çokkültürlü bir toplum olarak nitelendirilmektedir.

Yukarıdaki topluluklar bazı kendi grup kültürleri yanında ulusal bağlamda İngiliz kültürünü de benimsedikleri söylenebilir.

Bu iç ulusal toplulukların dışında bir zamanlar İngiliz sömürgesi olan Hindistan’ dan gelen müslümanlar ve Afrika’daki sömürgelerinden gelen siyahi göçmenler de ülke nüfusunun önemli bir kısmını oluşturmaktadır. 1960’ lar sonrası diğer gelişmiş Avrupa ülkeleri gibi İngiltere de başta Polonya olmak üzere Avrupa’dan işçi göçü alan bir ülke konumuna gelmiştir.

Kültürel çoğulcu bir toplumdur ve çokkültürlülük bağlamında kültürel çeşitliliği barındırmaktadır. Farklı kültürlerinin kurumsal olarak tanınması benimsenmektedir. Bununla birlikte etnik ve dini azınlıklar arasında temsil ve eşitlik gibi sorunlar tartışılmaya devam etmektedir. Toplumsal bütünleşmeyi sağlama adına “İngiliz çokkültürcü modeli, ilke gereği çokkültürlü bir modelin içine biraz entegrasyon katan ortak kurallar temelinde işlemektedir” (Fuentes, 2004; akt. Bonet et Negrier, 2015:163). 1980’lerin sonuna kadar İngiltere’de göç sonrası kültürel ilişkilerin karakterizasyonu siyah-beyaz ırksal temel üzerinden öncelenmiştir. Bu süreçte Müslüman azınlık bazı kültürel haklar elde etmişlerdir (Yanık, 2012:124). Entegrasyon olgusu birçok açıdan çokkültürlülük için önemli bir anahtar rolüne sahiptir, zira farklı toplulukların aralarındaki kültürel ilişkileri düzenlerken bütünleşmenin ve uyumun sağlanmasına katkıda bulunmaktadır. 1970’li yıllardan 1990’lı yılların sonuna kadarki sürede İngiliz çokkültürlülük anlayışı entegrasyon modeli etrafında şekillenmiş ve İngiliz hükümeti farklılık algısı çerçevesinde yerel idarelere belli haklar tanımıştır (Modood, 2006:38; Yanık, 2012:129). Diğer Anglo-Sakson kökenli toplumlar gibi İngiltere’nin çokkültürlülük politikalarında da farklı kültürlerin ana unsurun toplumsal yaşam kültürüne entegrasyonu temel hedef olarak benimsenmiştir.

2000’li yıllardan sonra İngiltere çokkültürlülük politikasında bir değişikliğe giderek geri adım atar. 2001 yılında İngiltere’nin Kuzeyindeki şehirlerde patlak veren ayaklanmalar ve ABD’de gerçekleştirilen 11 Eylül 2001 saldırıları sonucunda Britanya’da çokkültürcülük konusunda rüzgâr tersine döner. Bu olaylarla ilişkili oldukları düşüncesiyle özellikle Müslümanlara karşı olumsuz tavır takınılır. Yalnız İngiliz hükümeti çokkültürcülüğten geri adım atmaz, merkez sol da çokkültürcülüğe yönelik eleştirilerini yükselmeye başlar (Akto, 2018:63). Malik’e göre çokkültürcülük toplumları ayrıştırma konusunda ırkçılıktan çok daha ileri gitmiştir (Akt. Akto, 2018:64). Müslümanların İngiliz toplumunun temel değerleri olan demokrasi, hoşgörü, özgürlük, cinsel eşitlik gibi değerleri paylaşıp paylaşmadıkları konusunda kaygılar öne çıkar. Londra’da 2005 yılında gerçekleşen bombalı saldırılar halkı da çokkültürlülüğe karşı şüpheyile bakmaya sevk etmiştir. Bu olaylardan sonra özellikle İngiltere’de toplumun farklı kesimleri ve farklı siyasal görüşler tarafından çokkültürcülüğe karşı ciddi eleştiriler yapılır. Hatta

çokkültürcülüğün iflas ettiğini ve çokkültürcülük siyasinden vazgeçilmesi gerektiğini savunanlar artmaya başlamıştır (Akto, 2018:66). 2005 yılı sonrasında İngiltere'nin çokkültürlülük politikası daha çok asimilasyonist tavra dönüşmeye başlamıştır (Yanık, 2012:129; McGhee, 2008:128). Çokkültürlülük bağlamında asimilasyon politikalarına doğru bir yönelmenin olduğu İngiltere'de göçmenler başta olmak üzere İngiliz ulusal değerlerinin tüm yurttaşlar tarafından paylaşılması beklenmektedir.

Belçika

Belçika Avrupa Birliği'nin başkenti konumundadır. Belçika iki iç uluslu ve üç bölgeye sahip bir ülkedir. Walon, Flaman ve Brüksel bölgeleri. Belçika sadece çokkültürlü değil aynı zamanda çok dilli bir ülkedir. Walon bölgesinin dili Fransızca, Flaman bölgesinin dili Flamanca, Brüksel bölgesinde her iki dil kullanılmaktadır. Flaman bölgesi çokkültürlü bir toplum anlayışını benimsemektedir. Özellikle 1990'lı yıllardan sonra bunu eğitim ortamlarına da yansıtmaya başlamıştır. Kültürlerarası eğitim programı çerçevesinde öğrenciler hem flaman hem de Walon kültürü ve dillerini öğrenmektedirler. Walon bölgesi baskın kültür Walon kültürü olmakla birlikte kültürel farklılıklara saygılı çokkültürlü bir toplum olarak tanınmaktadır. Brüksel bölgesi ise iki kültür ve iki dilin birlikte varlığını sürdürdüğü bir çokkültürlülük politikasına sahiptir.

Bu iç dinamiklerin dışında Belçika göç alan bir Avrupa ülkesidir. Ülkede başı Fas ve Cezayirlilerin çektiği Afrika kökenliler olmak üzere farklı etnik ve dini gruplar yaşamaktadır. 1990'lardan sonra göçmenlere yönelik sosyokültürel kuruluşların varlığı dikkat çekmektedir. Dernek ve federasyonlar şeklinde kurulan bu kuruluşlar göçmenlerin kültürlerini yaşatma ve yaymalarını sağlamaktadır. Göçmen grupları açısından çokkültürlülük ülke gelenekleriyle uyumluluk ölçüsünde kabul görmektedir. Hollanda gibi Belçika'da da bireysel bağlamda çokkültürlülük açısından bir kısıtlama söz konusu değildir.

Hollanda

Hollanda iç ulusal azınlık gruplarının olmadığı bir ülkedir. Dolayısıyla Hollanda'daki farklı kültürel gruplar göç yoluyla ülkeye gelen birey ve topluluklardan oluşmaktadır. Sanayi devriminin erken gerçekleştiği ülkelerden birisi olduğu için sömürge devleti özelliğine sahip bir ülkedir. İkinci Dünya Savaşı sonrasında uzun bir dönem boyunca Hollanda'ya başta Doğu Asya olmak üzere sömürgelerden göçler gelmeye başlar. 1960'lı yıllardan itibaren ise önce İtalya ve İspanya daha sonra da Fas ve Türkiye'den işçi olarak göçmenler gelir (Yanık, 2012:109). Hollanda geç kurulmuş bir ulus-devlettir, bununla birlikte ulus-devlet olarak kuruluşundan itibaren devamlı göç alan bir ülke konumundadır.

Hollanda ulusu farklı kültür, farklı din gibi farklılıklara sahip halklar tarafından oluşturulmuş bir ulus olarak tanıtılmaktadır. Çokkültürlülük Hollanda gelenekleriyle uyumluluk ölçüsünde kabul görmektedir. Hollanda entegrasyon politikalarını sürdürürken, aynı zamanda etnik azınlıkların kültürel kimliklerinin korunması anlayışını da benimsemektedir. Bireysel bağlamda çokkültürlülük açısından dünyada en özgürlükçü ülkelerin başında gelmektedir. Daha ziyade liberal bir çokkültürlülük politikası benimsenir. Hollanda’da sosyal yaşam çokkültürlülük üzerine inşa edilmiştir.

1980’li yıllarda çokkültürlülük çerçevesinde farklı kültürel grupların okul açmalarından televizyon kurmalarına kadar devlet eliyle destekleyen bir politika izlenmiştir (Atro, 2018:69). Avrupa ülkeleri arasında Hollanda göçmenlere yönelik en uyumlu yasal hükümlerin gerçekleştiği ülke konumundadır. 1990’lı yıllarda Hollanda hükümeti hoşgörü ve yasal statü kapsamlı yeni entegrasyon politikası uygulamaya koyar. Bu göçe bağlı entegrasyon politikası çerçevesinde çokkültürlü bir toplum yapısını başarılı bir şekilde ortaya koyabilen ender Avrupa ülkesinden birisidir. Hollanda hükümeti göçmenlerin kimliksel aidiyetliklerini rahat bir şekilde ifade edebilecekleri, farklı kültürel etnikliklerini sürdürebilecekleri, ırk, etnik ve cinsiyet ayrımı yapılmayacağı taahhüdünde bulunmuştur. Hollanda çokkültürlülük düşüncesinin temelinde göçmen azınlıkların büyük topluma entegrasyonunun kurumsallaştırılması bulunmaktadır (Yanık, 2012:106-113).

2002 Mayıs’ta sağ görüşlü bir siyasetçi olan Fortuyn seçimlerden hemen sonra öldürülmesi, ardından film yapımcısı ve karikatürist Theo Van Gogh’un çıplak bir kadının bedeni üzerine Kur’an ayetlerini yansıttığı gerekçesiyle Fas asıllı müslüman bir Hollanda vatandaşı tarafından 2004 yılında öldürülmesi sonrası Hollanda’da da çokkültürlülük uygulamaları ile politikalarına karşı hem siyasetçiler hem de toplumda karşıt bir tavrın gelişmesine de neden olmuştur. 1990’lı yılların başında Hollanda’da göçmen azınlıklara çifte vatandaşlık hakkı verilmesine karşın, 2000’li yıllara gelindiğinde tek ulus söylemine bir dönüş söz konusudur. Hollanda ülkeye gelecek olanlara uyum testi yapmaktadır. Testler Batı toplumu dışından gelen göçmenlere uygulanır. Bu testte gelmek isteyenlerin Hollanda toplumunun kültürel yaşamına uyum durumu saptanmaya çalışılmaktadır. Kültürel ve eğitsel alanda daha önceki dönemlerde tanınan birtakım haklar azaltılır. Bu çerçevede eğitim müfredatında ana dil eğitiminin önemi azaltılır. Televizyon ve radyo kanallarında yayınlanan ana dildeki haberlerin yayın süreleri kısaltılır. Dini grupların politik anlamda tanınmaları hususu bir sorun olarak değerlendirilir ve çokkültürlü toplum yapısı baskılanmaya başlar. Bunun yanında 2000’li yıllardan sonra Hollanda’da ulusalcı bakış açısı tekrar gündeme gelir. Çokkültürlü toplum düşüncesinden vazgeçilmesi gerektiği savunulmaya başlanır (Yanık, 2012:107-120). 2000’li

yıllardan sonra Kuzey Amerika ve Avrupa kıtasında gelişen çokkültürlülük karşıtı yaklaşımlar Hollanda'da kendini gösterir.

İtalya

Bir yandan bir Akdeniz ülkesi olan İtalya, diğer yandan da Katolik Hristiyanlık inancının merkezi konumundadır. Köklü bir geçmişi olan İtalya 2000 bin yıldan fazla bir süre hüküm sürmüş Roma imparatorluğunun merkezi olan bir ülkedir. İmparatorluğun da başkenti olan Roma aynı zamanda uzun bir dönem Batı uygarlığının da merkezi olmuştur. Bütün bu özellikler İtalya'daki çokkültürlülük uygulamalarının da irdelenmesinin önemli olduğunu göstermektedir. İmparatorluk geçmişi olan İtalya doğal olarak çokkültürlülük hafızasına sahip bir ülkedir.

Oldukça eski çağlardan itibaren farklı halkların yaşadığı bir ülke konumunda olmuştur. Özellikle güney, orta ve kuzey İtalya bölgelerine tarihte farklı etnik gruplar yerleşmiştir. Bu ülkeye ilk olarak antik bir topluluk olan Hint-Avrupa Kökenli İtalikler, daha sonra yine Antik dönemde Sicilya ve Sardinya bölgelerine Fenikeliler ve Kartacalılar, güney bölgesine Yunanlar da yerleşmiştir. Etrüskler ve Keltler Orta ve Kuzey İtalya'ya yerleşirler. İtalik bir kavim olan Latinler MÖ.8.yüzyılda Roma Krallığını kurarlar. Orta çağda Kavimler Göçünden etkilenir. Daha sonraki dönemlerde özellikle Güney İtalya'ya Afrika'dan Arap fetihleri olur. 19.yüzyılda İtalyan milliyetçiliği ve İtalyan bağımsızlığı öne çıkar ve 1861'de İtalya Krallığı kurulur. İtalya'daki küçük devletler İtalyan birliğini oluşturan bu devlete katılır (<https://tr.wikipedia.org>). 1871 yılında ulusal birlik sağlanarak İtalyan ulus-devleti kurulur.

Ülkede pek çok etnik grup azınlık olarak kabul edilmekte ve gruplara bazı kültürel haklar tanınmaktadır. Bu haklar kapsamında bazı azınlık gruplarının dilleri, yaşadıkları bölgelerde ikinci bir resmî dil olarak kabul edilebilmektedir. Buna bazı örnekler vermek gerekirse Aosta'da Fransızca, Bolzano'da Almanca, Trentino-Alto Adige ve Güney Tirol'ün kimi yerlerinde Ladince, Slovenlerin yoğun olarak yaşadığı, Friuli-Venezia Giulia bölgesinin Gorizia ilinde Slovence resmî dildir. Bu bölgelerde resmî belgeler ve trafik levhaları iki dilde hazırlanmaktadır. Ayrıca azınlık okullarının bulunduğu bölgelerde azınlıkların anadillerinde eğitim alma olanakları bulunmaktadır (<https://tr.wikipedia.org>). İtalya farklı bölgeler bazında eski ya da ulusal azınlıklar bağlamında kültürel ve dilsel çoğulculuğu kurumsallaştıran bir ülkedir. İnanç kültürü bağlamında da Hristiyanlıktan Yahudiliğe, Müslümanlıktan Hinduizme farklı dinler toplumda varlığını sürdürmektedir.

Daha önce göç veren bir ülke konumunda olan İtalya, Almanya ve Fransa gibi Avrupa ülkeleri kadar olmasa da II. Dünya Savaşından sonra göç alan ülke konumuna gelmiştir. Günümüzde İtalya 5 milyonun üzerinde bir göçmen nüfus

barındırmaktadır. Önceleri daha çok Kuzey Afrika'dan göçmenlerin geldiği İtalya'nın, son zamanlarda Doğu Avrupa ülkeleri ve Asya kıtasından da göçmen kabul ettiği görülmektedir.

1980'li yıllardan sonra İtalya'da göçmen çocukların İtalyan kültürüne uyumu ve entegrasyonu politikası çerçevesinde eğitimde kültürlerarasılığa önemli yer verilmeye başlanılmıştır. Bir yandan göçmen çocukların ana dillerinde okuma ve yazma öğrenmeleri sağlanırken, diğer yandan okullarda eğitim yoluyla İtalyan kültürüne entegre olmaları ve İtalyanca öğrenmeleri sağlanmaktadır. Böylece göçmenlerin etnik kimliklerine saygı duymak ve kültürlerini yaşatmalarına olanak vermekle birlikte İtalyan dili ve kültürünü öğretme projeleri sayesinde ulusal kültüre entegrasyonları hedeflenmektedir. Bu kültürlerarası eğitim 6 Mart 1998 tarihli yasal düzenlemeyle yerel yönetimlerin bir görevi olarak güvence altına alınmıştır (Allasino, 2013). İtalya'nın göçmenlere kültürel haklar konusunda iç azınlıklara sağladığı çoğulcu yaklaşımı benimsemediği görülmektedir.

Ülkeler Arasında Karşılaştırmalar

Kanada'nın Québec milliyetçiliği, Belçika'daki Flaman ve Britanya'daki İskoç milliyetçiliği ile karşılaştırıldığında farklılıklar görülmektedir. Kanada'nın Québec bölgesinde Kanada devleti tarafından uygulanan çokkültürlülük politikası Frankofon topluluk açısından çokkültürcülük ya da kendi kaderini tayin hakkı uygulamaları içermektedir, bir başka deyişle ayrı bir ulus-devlet olma idealinden söz edilebilir. Oysa Belçika'daki Flamanlar, İngiltere'deki Kuzey İrlanda bölgesinde bulunanlar farklı etnik gruplar olarak tanınmalarını öncelemişlerdir (Kalaycı, 2007; Yanık, 2012:226).

Kanada, Amerika Birleşik Devletleri, İngiltere, Hollanda, Belçika ve İtalya gibi Batılı ülkelerde görülen çokkültürlülük düşüncesinin pratikteki uygulamalarının odak noktası göçmenlerin büyük topluma adaptasyonu ya da asimilesi üzerinedir. Kanada'nın Québec bölgesindeki Frankofonlar da iç azınlık olmalarına karşın 18. yüzyılda Fransa'dan Kanada'ya göç eden Fransız göçmenler olarak kabul edilmektedir. Bu bağlamda Frankofonlar sadece iç azınlık olarak değil aynı zamanda göçmen bir grup olarak da taleplerini siyasi ve kültürel olarak dile getirmektedir denilebilir (Yanık, 2012:227-228).

Kuzey Amerika kıtasındaki ülkelerin çokkültürlülük uygulamalarında ulus devletlerin içerisinde var olan azınlık ve etnik grupların talepleri ön plandadır. Bununla birlikte Kanada'da çokkültürlülük Frankofon azınlığın, dilsel, kültürel ve politik alanlarda ve öz yönetime yönelik taleplerini içerirken Amerika Birleşik Devletleri'nde önce ırksal ayrıma karşı ve sonrasında özellikle Latin ülkelerinden gelen göçmenlerin dilsel ve kültürel farklılıklarının tanınması talebini kapsamaktadır. İngiltere, Hollanda, Belçika ve İtalya gibi ülkelerde ise

çokkültürlülük olgusunun gelişiminde göçmenlerin sosyal, kültürel ve kimliksele talepleri etkili olmuştur. Avrupa ülkelerinde eğitim alanında göçmen azınlıkların ana dillerinde eğitim ve iletişim alanında ana dilde yayın hakkı, toplumsal yaşamda kültürel ve dinsel sembollerin kamusal alanda kullanılabilirliğinin artırılması vb. talepler üzerine yoğunlaşmaktadır (Yanık, 2012:237-238).

SONUÇ

Her toplumun yapısı aynı olmadığı gibi devletlerin çokkültürlülüğe yaklaşım tarzları da farklılıklar göstermektedir. Çalışmada ele aldığımız 6 ülke de çokkültürlülük olgusunu kabul eden ülkelerdir. Bazı devletler farklı kültürle karşı asimilasyonist bir tutum sergilemeye devam ederken, bazıları çokkültürlülüğü ulusal kültüre entegrasyon düzeyinde toplumlarında sürdürmektedir, bazıları ise çokkültürcülük politikalarını gruplara özerklik tanıma düzeyinde kabul etmektedir. Batı toplumlarının ulusal bütünlük içerisinde uyum sorunu olmadığı ölçüde farklı kültürleri ötekileştirme politikalarından vazgeçtikleri söylenebilir.

Çokkültürlü demokratik toplumlarda farklı gruplar çeşitli kültürel etkinlikler düzenleme ve kültürlerini geliştirebilme özgürlüklerine sahiptirler. Çokkültürlü toplumlarda devlet halkın günlük ve sosyal yaşamdaki kültürel çeşitliliğine müdahale etmemektedir. Bilakis bunları ulusal ya da toplumsal bütünlüğün farklı renkleri gibi görür. Çokkültürlü olmak kültürel çeşitliliği barındırmak ve kültürel farklılıklara hoşgörüyle yaklaşabilmektir. Bununla birlikte çokkültürlü ulus devletlerde kültürel entegrasyon olmadan ulusal kültürden söz etmek pek mümkün gözükmemektedir. Ulus-devlet ulusal yapıya zarar verebilecek bir ayrıcalığı ya da ayrımcılığı hiçbir etnik veya dini gruba tanımak durumunda değildir. Farklı etnik ve inanç gruplarına yönelik kültürel hakların kabulü siyasal amaçlı çokkültürcülüğün de kabulünü gerekli kılmamaktadır. Siyasal çokkültürlülük ya da çokkültürcülük ulus-devlet ve ulusal kültür için ciddi tehdit yaratabilir. Leonetti'ye (2015:73) göre bir yandan kültürel çeşitliliğe bir zenginlik olarak önem verirken aynı zamanda toplumsal bütünlüğü sağlayacak ve koruyacak kültürel eylem programlarına önem vermek gerekmektedir. Bir topluma aidiyet duygusu hissedebilmek için o toplumun bazı kültürel değerlerini paylaşıyor olmak gerekir.

Küreselleşme ve postmodernizm kapsamında çokkültürlülük ulusal kültürü zayıflatmaya yönelik sunulmuş siyasal bir proje olarak değerlendirilebilir. Kitle iletişim araçları başta olmak üzere bilgi ve iletişim teknolojilerindeki hızlı gelişme ve bunların yaygınlaşması bireyleri ve toplumları bir küresel kültür hegemonyası gerçeğiyle karşı karşıya bırakmıştır.

Çokkültürlülüğün benimsenmesinin toplumda eşitlik, demokrasi ve bütünlüşmeyi güçlendirdiğini savunanlar olduğu gibi özellikle ideolojik ya da siyasal amaçlı çokkültürlülük veya çokkültürcülük dayatmalarının toplumsal

ayrışmalara neden olarak ulusal bütünlüğe zarar verdiğini savunanlar da bulunmaktadır. Bir yandan çokkültürlülük politikalarının siyasal ve ideolojik bağlamda tanınması, diğer yandan da ulusal bütünlük uyumunun sürdürülmesi pek kolay gözükmemektedir. Böyle bir durumda ulusal bağlamda iç dinamiklerin uyumlu olduğu ortak bir kültür oluşturmaının güçleşeceği bir gerçektir.

1970’li yıllardan sonra Kuzey Amerika ve Avrupa kıtalarında üzerinde çokça durulan ve bazı toplumlarda geniş kabul gören çokkültürlülük politikalarına 2000’li yıllardan sonra daha temkinli bakılmaya, geri adım atılmaya ve bazı sınırlamalar getirilmeye başlanılmıştır.

Etnik yapı, ırk kökeni ve inanç birliğine dayalı kültürel oluşumlardan çok, günümüz demokratik toplumları birlikte özgürce yaşama ve ortak hedeflere kilitlenme şeklinde yollarına devam etme arzusundadırlar. Dolayısıyla demokratik toplum anlayışı çerçevesinde çokkültürlülük sorunu, ulusal bütünlüğe zarar vermeyecek şekilde bireylerin ve farklı grupların yaşam tarzlarına belli sınırlar dahilinde müdahale etmeksizin ve saygı gösterilerek çözülebilir. Ulusal kültür şemsiyesi altında bu durumun sürdürülmesi imkânsız değildir.

REFERANSLAR

1. Aktay, Y. (2002). Birleşen Dünyada Çoğalan Kültürler? *Avrupa Günlüğü*, 1/2.
2. Akto, A. (2018). *Çokkültürlülük Yaklaşımı ve Sorunsalları*, İKSAD Publications.
3. Allasino, E. (2013). Immigrants Families Interactions With The Schools. European Sociological Association (ESA) 11th Conference Crisis, Critique and Change, Torino, 28- 31 August 2013.
4. Başbay, A ve Bektaş, Y. (2009). Çokkültürlülük Bağlamında Öğretim Ortamı ve Öğretmen Yeterlikleri. *Eğitim ve Bilim*, 34/152, 30-43.
5. Bauman, Z. (2010). *Küreselleşme*, çev. Abdullah Yılmaz, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
6. Bonet, L. et Negrier, E. (2015). Ulusal Kültürlerin Sonu mu, 161-182, Ed. Louis.
7. Britannica. <https://www.britannica.com>. Adresinden 10 Nisan 2023 tarihinde alınmıştır.
8. Brotz, H. (1980). Multiculturalism in Canada: A Muddle. *Canadian Public Policy/ Analyse de Politiques*, 6/1, 42-44.
9. Çağlar, N. (2008). Postmodern Anlayışta Siyaset ve Kimlik, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13/3, 369-386.
10. Çelik, H. (2008). Çokkültürlülük ve Türkiye'deki görünümü. *U.Ü. Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9/15, 319-332.
11. Çüçen, A.K. (2003). İnsan hakları düşüncesinin gelişimi. *Kaygı, Uludağ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 6/3, 111-115.
12. Doytcheva, M. (2005). *Le Multiculturalisme*, Editions La Découverte. Çev. Tuba Akıncılar Onmuş, İstanbul: İletişim Yayınları, 2020.
13. Eliot, T. (1962). *Notes Towards the Definition of Culture*. London: Faber.
14. Goldberg, D. (1994). *Multiculturalism: A Critical Reader*, Cambridge: Blackwell Publishing.
15. Goodin, R.E. (2006). Liberal Multiculturalism: Protective and Polyglo. *Political Theory*, 34/3, 289-290.
16. Gökalp, Z. (1975). *Türkçülüğün Esasları*. İstanbul: Sebil Matbaacılık.
17. Güvenç, B. (2002). *İnsan ve Kültür*. (9.bs.). İstanbul: Remzi Kitabevi.
18. Haviland, W.A. (2002). *Kültürel Antropoloji*. Çev. Hüsamettin İnaç ve Seda Çiftçi. İstanbul: Kaknüs Yayınları.

19. Insel, A. (2006). Çokkültürlülük, Milliyetçilik, Özgürlük. *Radikal İki*, 9.4.2006, http://www.radikal.com.tr/ek_haber.php?ek=r2&haberno=5726.
20. Joppke, C. (1996). Multiculturalism and Immigration: A Comparison of the United States, Germany, and Great Britain. *Theory and Society*, 25.
21. Kalaycı, H. (2007). Kanada-Quebec Sorunu. Çokkültürcülük, Kendi Kaderini Tayin, Milliyetçilik ve Federalizm Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Doktora Tezi.
22. Kongar, E. (1989). *Kültür üzerine*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
23. Kymlicka W. (1998). *Çokkültürlü Yurttaşlık*, çev. Abdullah Yılmaz, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
24. Leonetti, A. (2015). Kültürel Çeşitlilik ve Haklar: UNESCO'nun Sözleşme Sınavı (71-83). U.Bonet-E.
25. Modood, T. (2006). British Muslims and the Politics of Multiculturalism. *Multiculturalism, Muslims and Citizenship: A European Approach*, ed. Tariq Modood- Anna Triandafyllidou- Ricard Zapata-Barrero, Routledge, Oxon.
26. Munley, P. H., Duncan, L. E., McDonnell, K. A., & Sauer, E. M. (2004). Counseling psychology in the United States of America. *Counseling Psychology Quartely*, 17, 247-271.
27. Oğuz, E.S. (2011). Toplum Bilimlerinde Kültür Kavramı. *Edebiyat Fakültesi Dergisi*. 28/2, 123-139.
28. Özlem, D. (2000). *Kültür Bilimleri ve Kültür Felsefesi*. İstanbul: İnkılap.
29. Parekh, B. (2006). *Rethinking Multiculturalism Cultural Diversity and Political Theory*, Springer.
30. Sengstock, M. C. (2009). *Voices of Diversity Multi-Culturalism in America*, Siproinger.
31. Taylor, E.B. (1958). *The Origins of Culture and Religion in Primitive Culture*. New York: Harper&Brothers.
32. Turan, Ş. (1990). *Türk Kültür Tarihi: Türk kültüründen Türkiye kültürüne ve evrensellğe*. Ankara: Bilgi Yayınevi.
33. Vatandaş, C. (2002). *Küreselleşme Sürecinde Toplumsal Kimlikler ve Çokkültürcülük*, İstanbul: Değişim Yayınları.
34. Williams, R. (2005). *Anahtar Sözcükler: Kültür ve Toplumun Sözvarlığı*. Çev. S. Kılıç. İstanbul: İletişim Yayınları.
35. Wikipedia. <https://tr.wikipedia.org>. Adresinden 24 Mayıs 2023 tarihinde alınmıştır.

36. Yalçın, C. (2002) Küreselleşme, çokkültürcülük ve eğitim. *Eğitim Araştırmaları*, 6, 65-77.
37. Yanık, C. (2012). Dünyadaki Çokkültürlülük Tartışmaları Bağlamında Türkiye’de Çokkültürlülük Eleştirel Bir Bakış, Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Doktora Tezi.
38. Zizek, S. (2001). Çokkültürcülük ya da Çokuluslu Kapitalizmin Kültürel Mantığı, *Defter*, 14/44.

35. Bölüm

Vergi İncelemelerinde Tespit Edilen Kaçakçılık Suçlarının Cumhuriyet Başsavcılığına Bildiriminde Özellikli Durumlar

Selda AYDIN¹

¹ Prof. Dr., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İ.İ.B.F. Maliye Bölümü Öğretim Üyesi,
seldaaydin1@hotmail.com, ORCID No: 0000-0001-5996-5382.

ÖZET

Vergi incelemeleri sonucunda 213 Sayılı Vergi Usul Kanunu'nda düzenlenen kaçakçılık suçlarının işlendiğinin tespit edilmesi durumunda, bu sürecin işleyişi ile ilgili olarak farklı yasal ve idari düzenlemeler esas alınmaktadır. Kaçakçılık suçları, vergi idaresi tarafından yürütülen vergi denetimleri ile ortaya çıkabileceği gibi adli makamlara da farklı yollar ile intikal edebilmektedir. Bu suçlar için vergi idaresi tarafından mükelleflere mali yaptırımlar uygulanmak ile birlikte bu durumun Cumhuriyet Başsavcılıklarına bildirilmesi ve gerekli şartların oluşması sonucunda ceza mahkemelerine intikali ile suçu işleyenlerin hürriyeti bağlayıcı cezalar ile karşılaşmaları da mümkün bulunmaktadır. Vergi Usul Kanunu'nun 359'uncu maddesi kapsamında yer alan kaçakçılık suçlarının vergi müfettişleri ve yardımcıları tarafından belirlenmesi durumunda, bu suçun adli makamlara "tespiti yapan" tarafından bildirilmesi, Türk Ceza Kanunu ve Vergi Usul Kanunu gereğince yasal bir zorunluluktur. Söz konusu bildirim, vergi müfettişleri ve yardımcıları tarafından düzenlenen ve Vergi Denetim Kurulu Rapor Değerlendirme Komisyonlarınca mütalaa verilen "vergi suçu raporları" ile yapılmaktadır. Çalışmada kaçakçılık suçlarının adli makamlara bildirilmesinde usule ilişkin yasal ve idari düzenlemeler çerçevesinde; vergi müfettişleri ile rapor değerlendirme komisyonları arasındaki süreç ve işleyiş, geçmiş uygulamaların da dikkate alınması suretiyle değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Vergi suçu, Vergi Denetim Kurulu, vergi müfettişi, rapor değerlendirme komisyonu, mütalaa.

JEL Sınıflandırması: H26, K34, K42

ABSTRACT

If, as a result of tax inspections, it is determined that the smuggling crimes regulated in the Tax Procedure Law No. 213 have been committed, different legal and administrative regulations are taken as a basis for the functioning of this process. Smuggling crimes can be revealed by tax audits carried out by the tax administration, or they can be transmitted to the judicial authorities in different ways. While financial sanctions are imposed on taxpayers by the tax administration for these crimes, it is also possible for the perpetrators to face freedom-binding punishments if this situation is reported to the Chief Public Prosecutor's Office and the necessary conditions are met, and they are referred to the criminal courts. In case the crimes of smuggling, which are within the scope of Article 359 of the Tax Procedure Law, are determined by the tax inspectors and their assistants, it is a legal obligation in accordance with the Turkish Penal Code and the Tax Procedure Law that this crime is reported to the judicial authorities by the "detectionner". The aforementioned notification is made with the

"tax crime reports" prepared by the tax inspectors and their assistants and given the opinion of the Tax Inspection Board Report Evaluation Commissions. In the study, within the framework of procedural legal and administrative regulations in reporting smuggling crimes to judicial authorities; The process and functioning between tax inspectors and report evaluation commissions were evaluated by taking into account past practices.

Keywords: Tax crime, Tax Inspection Board, tax inspector, report evaluation commissions, opinion.

JEL Classification: H26, K34, K42.

GİRİŞ

Vergi Ceza Hukukunda vergi suçu ve vergi kabahati birbirinden bağımsız olarak düzenlenmiş olup bu fiiller sonucunda uygulanan yaptırımlar da oldukça farklıdır. Mükellefler tarafından işlenen fiil, vergi suçu kapsamına girdiği takdirde vergi kabahatleri için uygulanan vergi ziyaı cezası ve usulsüzlük cezaları dışında ayrıca hürriyeti bağlayıcı cezalar da gündeme gelmektedir. Bu durumun nedeni vergi suçlarının, kamu düzeninin sağlanması ve toplumsal değerlerin korunması yönü ile daha ağır bir şekilde cezalandırılmasını gerektiriyor olmasıdır. Vergi kanunlarına göre düzenlenen suçlar, her ne kadar ekonomik suç kapsamında yer almakla birlikte toplumun düzenini bozucu yönü ile parasal cezalara ilave olarak hürriyeti bağlayıcı cezaları da gerektirmektedir. Vergi suçlarına ilişkin yasal düzenlemeler başta Türk Ceza Kanunu (TCK) olmak üzere Ceza Muhakemesi Kanunu (CMK) ve Vergi Usul Kanunu (VUK) dur.

Vergi Usul Kanunu'nda vergi suçlarına ilişkin hükümlere yer verilmiş olsa da bazı durumlarda Türk Ceza Kanunu ve Ceza Muhakemeleri Kanunu'na başvurmak gerekmektedir. Çünkü Türk Ceza Kanunu'nun genel hükümleri tüm ceza kanunları bakımından genel ve ortak hale getirilmiştir (Şenyüz, 2022: 390).

Vergi suçlarına ilişkin düzenlemelerin, Türk Ceza Kanunu dışında kalan ve özel kanun özelliğine sahip olan Vergi Usul Kanunu'nda yer alması, bu sürecin işleyişini engelleyici veya zora sokan bir durum değildir. Ancak vergisel anlamda mükellef ile vergi idaresi arasında ortaya çıkan uyuşmazlıkların yargı yoluna taşınması halinde, vergi idaresi tarafından tarh edilen vergiler ile kesilen cezalar vergi mahkemelerinde görülür iken işlenen fiil aynı zamanda vergi suçu kapsamına giriyor ise bu davalar ceza mahkemelerinde de takip edilmektedir. Örnek vermek gerekir ise bir mükellef nezdinde yapılan bir vergi incelemesi sonucunda muhteviyatı itibari ile yanıltıcı belge kullanmak suretiyle vergi kaybına sebep olduğu belirlenmiş ise verginin aslı, vergi ziyaı cezası ve

usulsüzlük cezaları dışında ayrıca hapis cezasının uygulanması gerekmektedir¹. Söz konusu tarhiyata mükellef tarafından itiraz edilmesi durumunda vergi mahkemesinde mükellef tarafından açılan dava devam eder iken kendisi hakkında ayrıca Cumhuriyet Başsavcılığı tarafından yapılan soruşturma ve gerekli şartların oluşması durumunda da kamu davasının açılması söz konusu olacaktır. Zira Cumhuriyet Savcıları bu gibi durumları dava şartı olarak dikkate almak suretiyle dava sürecini başlatmaktadırlar.

Mükellefler, vergi müfettişleri tarafından yapılan vergi incelemesi sonucunda kaçakçılık suçu işlemleri nedeni ile yapılan tarhiyatlara karşı açmış oldukları davalar nedeni ile vergi ve ceza mahkemeleri tarafından verilen ve birbirlerinden bağımsız olarak alınan kararlar ile karşılaşabilirler.

Vergi Usul Kanunu'nun 359'uncu maddesinde düzenlenen kaçakçılık suçları nedeniyle açılan dava sonucunda mükellefin ceza mahkemesinde suçun işlendiği sabit görülerek hapis cezasına hükmedilebilir ve bu durumdaki mükellef için tarh edilen vergi aslı ve kesilen vergi ziyai cezası ve/veya usulsüzlük cezaları için ise vergi mahkemesi tarafından kısmen veya tamamen ret kararı verilebilir. Bunun dışında ceza mahkemesi mükellef hakkında beraat kararı verir iken vergi mahkemesi mükellef hakkında yapılan vergi tarhiyatını onaylayabilir. Bu gibi durumların ortaya çıkmasının farklı nedenleri bulunmaktadır. Vergi hukuku diğer hukuk dalları ile karşılaştırıldığında esas ve usule ilişkin düzenlemelerin ötesinde vergi tekniğinin ağırlık taşıması özelliği ile dikkati çekmektedir. Vergilendirme sürecinin işleyişinde usule ilişkin hükümler öne çıkar iken özellikle de vergi matrahının hesaplanmasının oldukça teknik bir işlem olması, bunun da ötesinde finansman, ticari hesaplamalar ile daha da önemlisi vergi muhasebesi alanının oldukça karmaşık ve zor olması nedenleriyle mükellef, vergi idaresi ve yargı arasında ortaya çıkan uyuşmazlıkların çözülme süreci uzun süreli olabilmektedir. Öte yandan vergi yargısının idare yargısı içine yerleştirme eğilimleri de bu gibi sorunlara neden olan bir başka husustur.

Vergi Usul Kanunu'nda yer alan "Kaçakçılık Suçları" , yapılan bazı düzenlemeler ile bu suçların ceza makamlarına iletilmesi/bildirilmesine ilişkin olarak ayrı şekilde belirlenmiştir. Kaçakçılık suçlarının bu şekilde özel bir yöntem ile bildirimin yapılmasının nedeni, kamu görevlilerinin görevlerini yapar

¹ Muhteviyatı itibarı ile yanıltıcı belge kullanmak suretiyle vergi kaybına sebep olan mükellefin bu fiili, VUK'un 359'uncu maddesi uyarınca kaçakçılık suçu olarak değerlendirilmekte olup bu suçun işlenmesinde mükellefin kasıt unsurunun olup olmadığı ile ilgili olarak Vergi Usul Kanunu 306 Sıra No.lu Genel Tebliğinde yer alan düzenlemeler çerçevesinde vergi incelemesi yapan vergi müfettişi tarafından yapılan değerlendirme ile bu fiilin suç veya kabahat olduğuna karar verilmesi hususu düzenlenmektedir. Bu çerçevede vergi müfettişi tarafından muhteviyatı itibarı ile yanıltıcı belge kullanan mükellefin bu fiili kast olmaksızın yapıldığı kanaatine varılır ise mükellefin vergi suçu işlemediği ve hapis cezası uygulanmaması ve sadece bir (1) kat tutarında vergi ziyai cezasının kesilmesi gerektiği sonucuna ulaşılmaktadır. Aksi takdirde bu fiil suç olarak kabul edildiği için mükellef hakkında kesilen para cezalarının dışında ayrıca hapis cezasının da uygulanması gerekmektedir.

iken öğrenmiş oldukları suçların ilgili mercilere iletilmesinin zorunluluğu ile açıklanabilir. Anayasa’da, Türk Ceza Kanunu’nda, Ceza Muhakeme Kanunu ile Vergi Usul Kanunu’nda yer alan düzenlemelerin tamamı esas olarak aynı amaca hizmet etmekte olup bu düzenlemelere aykırı davranan kamu görevlileri için de ayrı şekilde yaptırımlar uygulanmaktadır.

Çalışmada vergi incelemeleri sonucunda vergi müfettişleri tarafından tespit edilen kaçakçılık fiillerine ilişkin suç duyurusu sürecine ilişkin usul ve esaslara ilişkin düzenlemeler, geçmişten günümüze gelen şekli ile birlikte ele alınarak ve bu aşamalarda öne çıkan sorunlar ile çözüm önerileri değerlendirilmiştir.

1. VERGİSEL DÜZENLEMELER ÇERÇEVESİNDE KAÇAKÇILIK SUÇU

Vergi Usul Kanunu gereğince vergi suçları esas olarak aşağıdaki beş (5) grup şeklinde belirlenmiştir.

- Kaçakçılık Suçu (VUK Madde 359)
- Vergi Mahremiyetinin İhlali Suçu (VUK Madde 362)
- Mükellefin Özel İşlerini Yapma Suçu (VUK Madde 363)
- Haysiyet ve Şerefe Tecavüz Suçu (VUK Madde 5)
- Ekim ve Sayım Beyanlarını Denetlememe Suçu (VUK Madde 246)

Vergi suçlarının tanımı ve özellikleri esas olarak Vergi Usul Kanunu’nda yer almakla birlikte, söz konusu suçlara ilişkin yaptırımların bazıları Türk Ceza Kanunu’nda düzenlenmektedir.

Kaçakçılık suçu ise Vergi Usul Kanunu’nda diğer vergi suçlarına göre oldukça kapsamlı ve detaylı şekilde tanımlanmaktadır. Bu suçun faili esas olarak vergi mükellefleri olup diğer vergi suçlarında failler, kamu görevlileri olabilmektedir.

Kaçakçılık suçları 213 Sayılı Vergi Usul Kanunu’nun 359’uncu maddesinde düzenlenmiş olup mükellefler tarafından vergi kanunlarında belirtilen esasa ve şekle ilişkin yükümlülüklerle uyulmaması durumunda ortaya çıkabilen fiillerdir².

² Kaçakçılık Suçları ve Cezaları (VUK Madde 359) a) Vergi kanunlarına göre tutulan veya düzenlenen ve saklanma ve ibraz mecburiyeti bulunan;1) Defter ve kayıtlarda hesap ve muhasebe hileleri yapanlar, gerçek olmayan veya kayda konu işlemlerle ilgisi bulunmayan kişiler adına hesap açanlar veya defterlere kaydı gereken hesap ve işlemleri vergi matrahının azalması sonucunu doğuracak şekilde tamamen veya kısmen başka defter, belge veya diğer kayıt ortamlarına kaydedenler,2) Defter, kayıt ve belgeleri tahrif edenler veya gizleyenler veya muhteviyatı itibarıyla yanıltıcı belge düzenleyenler veya bu belgeleri kullananlar, hakkında on sekiz aydan beş yıla kadar hapis cezasına hükmolunur. Varlığı noter tasdik kayıtları veya sair suretlerle sabit olduğu halde, inceleme sırasında vergi incelemesine yetkili kimselere defter ve belgelerin ibraz edilmemesi, bu fıkra hükmünün uygulanmasında gizleme olarak kabul edilir. Gerçek bir muamele veya duruma dayanmakla birlikte bu muamele veya durumu mahiyet veya miktar itibarıyla gerçeğe aykırı şekilde yansıtan belge ise, muhteviyatı itibarıyla yanıltıcı belgedir. b) Vergi kanunları uyarınca tutulan veya düzenlenen ve saklama ve ibraz mecburiyeti bulunan defter, kayıt ve belgeleri yok edenler veya defter sahifelerini yok ederek yerine başka yapraklar koyanlar veya hiç yaprak koymayanlar veya belgelerin asıl veya suretlerini tamamen veya kısmen sahte olarak düzenleyenler veya bu belgeleri kullananlar, üç yıldan sekiz yıla kadar hapis cezası ile

Bu fiillerin her biri ayrı gruplar halinde tanımlanmış olup detaylı bir şekilde belirtilmektedir. Kaçakçılık suçunun ortaya çıkabilmesi için aranan özellikler değişebilmekte olup bu suçların her biri için vergi ziyanının oluşması şartı da aranmamaktadır. Bu durum, mükellefin gerçekleştirmiş olduğu fiilin eş zamanlı olarak vergisel anlamda bir kayıp oluşturmaya bile olası bir suçun sinyali olabileceğinden “suç” olarak tanımlanmaktadır.

Kaçakçılık suçları, vergi kabahatlerinden farklı olarak bu fiili işleyenlere hürriyeti bağlayıcı ceza uygulanmasının yanı sıra, daha yüksek tutarlarda (üç katı oranında) vergi ziyai cezasının kesilmesi sonucunu da beraberinde getirmektedir.

Vergi Usul Kanunu’nda kaçakçılık suçları farklı gruplar altında toplanmak suretiyle her biri için değişik sürelerde hürriyeti bağlayıcı ceza süreleri belirlenmiştir. Bu süreler on sekiz (18) aydan başlayarak sekiz (8) yıla kadar sürebilmekte, dolayısıyla ekonomik bir suç ile ilgili olarak oldukça ağır yaptırımlar olarak değerlendirilebilmektedir.

Vergi idaresi ve yargısı açısından da kaçakçılık suçları en çok karşılaşılan suç türü olarak ortaya çıkmaktadır. Bu çerçevede Vergi Denetim Kurulu verilerine göre Rapor Değerlendirme Komisyonlarının (RDK) farklı değerlendirme yılları çerçevesinde (2016-2022 dönemleri itibarıyla) ve vergi kaçakçılığı incelemelerine göre yıllar itibarıyla tarhi istenilen vergi tutarlarının dağılımına ve vergi kaçakçılığı incelemelerinde tarhi istenilen verginin vergi incelemelerinde tarhi istenilen toplam vergi tutarı içindeki oranına aşağıdaki Tablo 1’de yer verilmiştir.

cezalandırılır. Gerçek bir muamele veya durum olmadığı halde bunlar varmış gibi düzenlenen belge, sahte belgedir c) Bu Kanun hükümlerine göre ancak Maliye Bakanlığı ile anlaşması bulunan kişilerin basabileceği belgeleri, Bakanlık ile anlaşması olmadığı halde basanlar veya bilerek kullananlar iki yıldan sekiz yıla kadar hapis cezası ile cezalandırılır. ç) Hazine ve Maliye Bakanlığınca yetkilendirilmediği halde, ödeme kaydedici cihaz mührünü kaldıran, donanım veya yazılımını değiştiren veya yetkilendirilmiş olsun ya da olmasın ödeme kaydedici cihazın hafıza birimlerine, elektronik devre elemanlarına veya harici donanım veya yazılımlarla olan bağlantı sistemine ya da kayıt dışı satışın önlenmesi için kurulan elektronik kontrol ve denetim sistemleri veya ilgili diğer sistemlere fiziksel veya bilişim yoluyla müdahale ederek; gerçekleştirilen satışlara ait mali belge veya bilgilerin cihazda kayıt altına alınmasını engelleyen, cihazda kayıt altına alınan bilgileri değiştiren veya silen, ödeme kaydedici cihaz veya bağlantılı diğer donanım ve sistemler ya da kayıt dışı satışın önlenmesi için kurulan elektronik kontrol ve denetim sistemleri veya ilgili diğer sistemler tarafından Hazine ve Maliye Bakanlığı veya diğer kamu kurum ve kuruluşlarına elektronik ortamda iletilmesi gereken belge, bilgi veya verilerin iletilmesini önleyen veya bunların gerçeğe uygun olmayan şekilde iletilmesine sebebiyet verenler üç yıldan sekiz yıla kadar hapis cezası ile cezalandırılır. d) 3/1/2002 tarihli ve 4733 sayılı Tütün, Tütün Mamulleri ve Alkol Piyasasının Düzenlenmesine Dair Kanun ile düzenlenen piyasalarda, Hazine ve Maliye Bakanlığınca yetki verilip verilmediğine bakılmaksızın, mükerrer 257 nci maddenin birinci fıkrasının (6) numaralı bendi kapsamında vergi güvenliğini sağlamak amacıyla kullanılmasına zorunluluk getirilen özel etiket ve işaretlerle ürünlerin etiketlenmesi veya işaretlenmesi ve etiketlenen veya işaretlenen ürün bilgilerinin kurulan veri merkezine aktarılmasını sağlayan sisteme fiziksel veya bilişim yoluyla müdahale ederek Hazine ve Maliye Bakanlığınca elektronik ortamda iletilmesi gereken belge, bilgi veya verilerin iletilmesini önleyenler veya bunların gerçeğe uygun olmayan şekilde iletilmesine sebebiyet verenler üç yıldan sekiz yıla kadar hapis cezası ile cezalandırılır.

Tablo 1: RDK Değerlendirmelerine Göre Vergi Kaçakçılığı İncelemelerinde Tarhı İstenilen Vergi Tutarları (TL)

Yıl	Vergi İncelemelerinde Tarhı İstenilen Toplam Vergi Tutarı (TL)	Vergi Kaçakçılığı İncelemelerinde Tarhı İstenilen Vergi Tutarı (TL)	Vergi Kaçakçılığı İncelemelerinde Tarhı İstenilen Verginin Vergi İncelemelerinde Tarhı İstenilen Toplam Vergi Tutarı İçindeki Oranı (%)
2016	6.280.676.143	2.239.795.317	35,66
2017	4.785.257.590	2.230.210.878	46,60
2018	8.475.702.032	3.497.399.174	41,26
2019	8.493.594.791	4.431.530.420	52,17
2020	18.095.259.225	6.482.650.623	35,82
2021	25.275.415.890	14.249.748.980	56,37
2022	21.544.994.871	13.525.808.672	62,77

Kaynak: T.C. Hazine ve Maliye Bakanlığı Vergi Denetim Kurulu Başkanlığı, 2012-2022 Yılı Faaliyet Raporlarından (Faaliyet Raporları: 2020: s, 42, 2021: s, 44, 2022: s, 50) yararlanılarak yazar tarafından düzenlenmiştir. (<https://vdk.hmb.gov.tr/vdk-faaliyet-raporlari> Erişim: 20.07.2023)

Yukarıdaki tablo incelendiğinde vergi kaçakçılığı incelemelerinde tarhı istenilen verginin vergi incelemelerinde tarhı istenilen toplam vergi tutarı içindeki oranının en yüksek olduğu yılın % 62,77 ile 2022 yılı, en düşük olduğu yılın ise % 35,66 ile 2016 yılı olduğu görülmektedir. 2016-2022 dönemini kapsayan yedi yıllık süreç ortalamasının ise % 47,23 şeklinde gerçekleştiği tespit edilmektedir.

Vergi Denetim Kurulu verilerine göre vergi incelemeleri sonuçları incelendiğinde, mükellefler tarafından işlenen ve vergi incelemelerinde tespit edilen kaçakçılık suçunun önemli paya sahip olduğu ve bu şekilde ortaya çıkarılan suçların yıllar itibari ile artış eğiliminde olduğu görülmektedir. Vergi müfettişleri tarafından yapılan vergi incelemeleri sonucunda mükelleflerin kaçakçılık suçu işlemiş olduğunun tespit edilmesi durumunda, mükellefler için iki (2) farklı tür rapor düzenlenmektedir. Söz konusu raporlardan ilki “Vergi İnceleme Raporu³”, diğeri ise “Vergi Suçu Raporu⁴”dur. Vergi Denetim Kurulu verilerine göre 2012-2022 yılları itibarıyla vergi müfettişleri tarafından yapılan vergi incelemeleri sonucunda düzenlenen toplam vergi inceleme raporu ve vergi

³ Vergi incelemesi sonucunda düzenlenen “Vergi İnceleme Raporları”, vergi türlerine(gelir, kurumlar, katma değer vergisi vb.) göre düzenlenmektedir.

⁴ “Vergi Suçu Raporu”, vergi incelemesi sırasında mükellefin kaçakçılık suçu işlediğini tespit edilmesi sonucunda düzenlenen ve faille ilişkin kimlik bilgileri, suçun unsurları (kanuni, maddi ve manevi unsurlar), fail ile fail arasındaki illiyet bağıını ve gerekçelerini ortaya koyan bir rapordur.

suçu raporlarının sayısal görünümü ile vergi suçu raporu sayısının vergi inceleme raporu sayısı içindeki oranına aşağıdaki Tablo 2’de yer verilmiştir.

Tablo 2: Vergi Suçu Raporlarının Sayısal Görünümü (TL)

Yıl	Vergi İnceleme Raporu Sayısı	Vergi Suçu Raporu Sayısı	Vergi Suçu Raporu Sayısının Vergi İnceleme Raporu Sayısına Oranı
2012	124.507	9.542	7,66
2013	185.036	12.421	6,74
2014	168.367	10.675	6,34
2015	185.274	9.118	4,92
2016	165.421	10.380	6,27
2017	127.044	12.587	9,90
2018	127.702	15.032	11,77
2019	131.598	15.837	12,03
2020	175.247	15.780	9,00
2021	170.856	18.968	11,10
2022	207.958	24.497	11,77

Kaynak: T.C. Hazine ve Maliye Bakanlığı Vergi Denetim Kurulu Başkanlığı, 2012-2022 Yılı Faaliyet Raporlarından (Faaliyet Raporları: 2012: s, 45, 2013: s, 46, 2014: s, 40, 2015: s, 44, 2016: s, 46, 2017: s, 48, 2018: s, 47, 2019: s, 41, 2020: s, 40, 2021: s, 42, 2022: s, 46.) yararlanılarak yazar tarafından düzenlenmiştir. (<https://vdk.hmb.gov.tr/vdk-faaliyet-raporlari> Erişim: 20.07.2023)

2012-2022 dönemini kapsayan on bir yıllık süreçte vergi müfettişleri tarafından düzenlenmiş olan vergi suçu raporu sayısının 9.118 adet ile 2015 yılında en düşük sayıda, 2022 yılında ise 24.497 adet ile en yüksek sayıda gerçekleşmiş olduğu Tablo 2’de görülmektedir. 2012-2022 döneminde vergi müfettişleri tarafından düzenlenen toplam vergi suçu rapor sayısının, aynı süreçte düzenlenmiş olan toplam vergi inceleme rapor sayısına oranı ise % 8,86 olarak gerçekleşmiştir.

Vergi inceleme rapor sayısının, vergi suçu raporundan daha yüksek olmasının nedeni, mükellefler hakkında yapılan vergi incelemelerinde her vergi türü itibariyle ayrı bir vergi inceleme raporu düzenlenmesine karşın, vergi suçu raporunun ise sadece işlenen suç için düzenlendiği için daha az sayıda olmasıdır. Bununla birlikte 2012 ila 2022 yılları arasında düzenlenen vergi suçu raporlarının gerek kümülatif gerekse diğer raporlara göre oransal açıdan yüksek tutarlarda olması, vergi denetimleri ile ortaya çıkarılan kaçakçılık suçlarındaki artış eğilimini göstermektedir. Bu durum ise ülkemizde vergi kanunlarında düzenlenen suçlar içinde kaçakçılık suçlarının payının diğer suçlara göre oldukça önemli bir seviyede olduğunu göstermektedir.

2. KAÇAKÇILIK SUÇLARININ TESPİT EDİLMESİ

Kaçakçılık suçları esas olarak vergi denetimleri (vergi incelemesi⁵, aramalı vergi incelemesi⁶, yoklama⁷ vb.) sırasında ortaya çıkan/çıkbilen⁸ suçlar olup her denetim türünde farklı yöntemlerin kullanılması söz konusudur.

Kaçakçılık suçları genel olarak “vergi incelemesi” şeklinde yapılan vergi denetim yöntemlerinde ortaya çıkmaktadır. Gerek “olağan” gerekse “aramalı” şekillerde gerçekleştirilen vergi incelemelerinin, vergi alanında yetkin ve uzman kişiler⁹ tarafından yapılması ve bu yetkinin bizzat kanun ile verilmesi sureti ile olası vergisel kayıpların ve suçların tespiti söz konusudur. Vergi incelemesi yapma yetkisinin kanun maddesi ile düzenlenmiş olması, söz konusu denetim türünün önemini vurgulamaktadır. Vergi Usul Kanunu’nun 135’inci maddesi gereği vergi inceleme yetkisi verilen kamu görevlileri içinde söz konusu görevi ağırlıklı olarak yürütenler ise Vergi Müfettişleri ve Vergi Müfettişleri Yardımcılarıdır.

Kaçakçılık suçlarının en sık karşılaşılan türleri Vergi Usul Kanunu’nun 359’uncu maddesinin (a) ve (b) bentlerinde yer alan fiillerdir. Söz konusu suçlar, vergi incelemeleri sırasında mükelleflerin defter ve belgeleri ile kayıtları üzerinde muhasebe (özellikle de vergi muhasebesi), finans, vergi hukuku yönleriyle Vergi Müfettişleri tarafından tespit edilmesi mümkün olabilen fiillerdir. Kaçakçılık suçunun oluşmasında aranan suçun maddi unsurunun tespitinde vergi incelemesi en önemli süreçtir. Vergi müfettişleri tarafından yapılan vergi incelemesi mükellefe ait olan, vergi kanunları uyarınca tutulan, muhasebe kayıtlarının yapıldığı, zamanaşımı süresi boyunca muhafaza edilen ve yetkili kişiler tarafından istendiği takdirde ibrazı gereken defter ve kayıtlar üzerinden yapılmaktadır. Buna göre kaçakçılık suçlarının tespit edilmesinde defter ve kayıtlar üzerinde vergi incelemesini yapan Vergi Müfettişlerinin önemi büyüktür. Öte yandan vergi müfettişleri tarafından gerçekleştirilen vergi incelemelerini

⁵ Vergi incelemesinden maksat, ödenmesi gereken vergilerin doğruluğunu araştırmak, tespit etmek ve sağlamaktır. İncelemeye yetkili olanlar tarafından lüzum görüldüğü takdirde inceleme, işletmeye dahil iktisadi kıymetlerin fiili envanterinin yapılmasına ve beyannamelerde gösterilmesi gereken unsurların tetkikine de teşmil edilebilir. Fiili envanterin yapılmasının gerektirdiği ve incelemeyi yapan tarafından tasdik edilen giderler Hazinece mükellefe ödenir(VUK Madde 134).

⁶ İhbar veya yapılan incelemeler dolayısıyla, bir mükellefin vergi kaçırdığına delalet eden emareler bulunursa, bu mükellef veya kaçakçılıkla ilgisi görülen diğer şahıslar nezdinde ve bunların üzerinde arama yapılabilir. Aramanın yapılabilmesi için:1. Vergi incelemesi yapmaya yetkili olanların buna lüzum göstermesi ve gerekçeli bir yazı ile arama kararı vermeye yetkili sulh yargıcından bunu istemesi;2. Sulh yargıcının istenilen yerlerde arama yapılmasına karar vermesi şarttır(VUK Madde 142).

⁷ Yoklamadan maksat, mükellefleri ve mükellefiyetle ilgili maddi olayları, kayıtları ve mevzuları araştırmak ve tespit etmektir (VUK Madde 127).

⁸ Vergi idaresi tarafından yapılan her denetimin kaçakçılık suçunun ortaya çıkması ile sonuçlanması söz konusu değildir.

⁹ Vergi incelemesi; Vergi Müfettişleri, Vergi Müfettiş Yardımcıları, ilin en büyük mal memuru veya vergi dairesi müdürleri tarafından yapılır. Gelir İdaresi Başkanlığının merkez ve taşra teşkilatında müdür kadrolarında görev yapanlar her hal ve takdirde vergi inceleme yetkisini haizdir (VUK Madde 135).

sadece defter ve belgeler üzerinde yapılan bir denetim olarak sınırlamak doğru değildir. Kanundan alınan inceleme yetkisi ile bilgi toplama ve diğer teknikler ile birlikte kaçakçılık suçları da dâhil olmak üzere her türlü vergisel kayıplar ortaya çıkarılabilmektedir. Bu çerçevede Vergi Usul Kanunu'nun 359/a-b maddesinde yer alan kaçakçılık suçlarının esas olarak Vergi Müfettişleri tarafından tespit edildiği tartışılmaz bir olgudur. Vergi Usul Kanunu'nun 359'uncu maddesinin (a) ve (b) bendi dışında kalan diğer kaçakçılık suçları ise Vergi Müfettişleri ve vergi inceleme yetkisine sahip olan diğer görevliler tarafından ya da vergi idaresi dışında diğer kamu görevlileri tarafından da tespit edilebilmektedir.¹⁰

Vergi müfettişleri tarafından yapılan vergi incelemeleri sonucunda mükellef tarafından kaçakçılık suçunun işlendiğinin tespit edilmesi durumunda takip edilmesi gereken bazı süreçler bulunmaktadır. Öncelikli olarak kaçakçılık suçu ile birlikte mükellef tarafından vergisel anlamda bir kayıp (vergi ziyayı) ortaya çıkmış ise vergi müfettişi tarafından vergi türleri itibariyle “vergi inceleme raporu” düzenlenmesi gerekmektedir. Örnek vermek gerekir ise muhteviyatı itibari ile yanıltıcı belge kullanmak suretiyle gelir ve katma değer vergisi açısından vergisel kayba neden olan mükellef için vergi müfettişi tarafından her iki vergi türü itibari ile düzenlenen vergi inceleme raporları ile verginin aslı istenilmekte ve vergi ziyayı cezası (usulsüzlük cezaları da dâhil edilerek) kesilmektedir. Mükellefin muhteviyatı itibari ile yanıltıcı belge kullanma fiili, kaçakçılık suçu kapsamına girmiş olduğu için vergi müfettişi tarafından vergi inceleme raporları dışında “vergi suçu raporu”¹¹ da düzenlenmek durumundadır.¹² Bu durumda mükellefe bir (1) kat olarak uygulanan vergi ziyayı cezasının da üç (3) kat uygulanmasını gerektirmektedir.

Vergi incelemesi sırasında vergi müfettişleri tarafından kaçakçılık suçu tespit edilmesine karşın vergi suçu raporunun düzenlenmemesi gereken bazı durumlar da olabilmektedir. Söz konusu durumlardan ilki kaçakçılık suçu işleyen kişinin vefat etmesidir. Diğer durumlar ise Türk Ceza Kanunu'nun 66'ncı ve izleyen maddelerinde düzenlenen zamanaşımı sürelerinin sona ermesi ve son olarak da Vergi Usul Kanunu'nun 371'inci Maddesinde düzenlenen “pişmanlık” hükümleri uyarınca mükellefin gereken şartlara uygun olarak başvuruda bulunmasıdır. Söz konusu istisnai durumlar dışında kaçakçılık suçu tespit edildiğinde incelemeyi yapan vergi müfettişi tarafından vergi suçu raporunun düzenlenmesi gerekir.

¹⁰ Çalışmada vergi müfettişleri tarafından tespit edilen kaçakçılık suçları ile ilgili süreçler değerlendirilmiştir.

¹¹ Vergi Suçu Raporlarının Düzenlenmesine İlişkin Usul ve Esaslara İlişkin Yönergenin “Vergi Suçu Raporu” başlıklı 58'inci maddesinde “213 sayılı Kanunun 359'uncu maddesi kapsamındaki fiillerin tespiti durumunda aynı Kanunun 367'nci maddesi uyarınca yeterli sayıda vergi suçu raporu düzenlenir.” hükmü yer almaktadır. Bu yönerge 31.10.2011 tarih ve 28101 sayılı Resmi Gazete 'de yayımlanmıştır.

¹² Bu incelemelerde Vergi Usul Kanunu Genel Tebliği ile vergi müfettişlerine mükellefin bu fiili kasıtlı olarak işleyip işlemediği hakkında takdir yetkisi verilmiş olup, müfettişler tarafından bu fiilin suç olarak değil de kabahat olarak değerlendirilmesi durumunda vergi suçu raporunun düzenlenmesine gerek bulunmamaktadır.

Vergi suçu raporunun düzenlenmesi esas olarak kamu görevlileri tarafından öğrenilen veya tespit edilen bir suçun adli makamlara bildirilmesi gerekliliğinden ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla vergi müfettişleri görevlerini ifa ederken tespit ettikleri mükellef tarafından işlenen bir suç adli makamlara bildirmekle yükümlüdürler.

Suçların bildirilmesine ilişkin olarak Türk Ceza Kanunu'nda yer alan düzenleme önem taşımaktadır. Buna göre Türk Ceza Kanunu'nun 279'uncu maddesinde; *kamu adına soruşturma ve kovuşturmayı gerektiren bir suçun işlendiğini göreviyle bağlantılı olarak öğrenip de yetkili makamlara bildirimde bulunmayı ihmal eden veya bu hususta gecikme gösteren kamu görevlilerinin altı aydan iki yıla kadar hapis cezası ile cezalandırılacakları* düzenlemesi yer almaktadır. Bu çerçevede kamu görevlisi olan vergi müfettişlerinin de Türk Ceza Kanunu'nun söz konusu maddesi gereğince görevleri nedeni ile öğrendikleri suç unsurunu herhangi bir merciinin mütalaası, izni veya onayı olmaksızın yetkili makamlara bildirmeleri kanuni bir zorunluluktur. Söz konusu zorunluluğun yerine getirilmemesi durumunun müeyyidesine de Türk Ceza Kanunu'nun 279'uncu maddesinde yer verilmiştir. Bu çerçevede yaptıkları inceleme sırasında Vergi Usul Kanunu'nun 359'uncu maddesinde düzenlenen kaçakçılık suçlarının işlendiğini tespit eden vergi müfettişleri ve vergi müfettiş yardımcılarının bu durumu Cumhuriyet Başsavcılığına bildirilmeleri gerekli olup, aksi durumda altı (6) aydan iki (2) yıla kadar hapis cezası müeyyidesi ile karşı karşıya kalacaklardır.

3. KAÇAKÇILIK SUÇUNUN BİLDİRİLMESİNE İLİŞKİN VERGİ USUL KANUNU'NDA YER ALAN ÖZEL DÜZENLEME

Vergi incelemesi sırasında tespit edilen kaçakçılık suçunu tespit eden vergi müfettişleri tarafından düzenlenen vergi suçu raporlarının en önemli amacı, yapılan “suç” tespitinin Cumhuriyet Başsavcılığına duyurulması/bildirilmesidir. Bu bildirim, Türk Ceza Kanunu'nda yer almış olmakla birlikte, ayrıca Vergi Usul Kanunu'nda da özel olarak düzenlenmiştir. Buna göre Vergi Usul Kanunu'nun “Bazı Kaçakçılık Suçlarının Cezalandırılmasında Usul” başlıklı 367'nci maddesine göre; *“yaptıkları inceleme sırasında 359'uncu maddede yazılı suçların işlendiğini tespit eden Vergi Müfettişleri ve Vergi Müfettiş Yardımcıları tarafından ilgili rapor değerlendirme komisyonunun mütalaasıyla doğrudan doğruya keyfiyetin Cumhuriyet Başsavcılığına bildirilmesi zorunludur”*.

Vergi Denetim Kurulu Yönetmeliği'nin “Bildirimde Bulunma” başlıklı 40'ıncı maddesinde ise *“Vergi Müfettişleri, görevleri sebebiyle öğrendikleri suç oluşturabilecek filleri yetkili mercilere iletilmek üzere Başkanlığa bildirirler.”* düzenlemesi yer almaktadır. Ayrıca Denetim Görevlilerinin Uyacakları Meslekî

Etik Davranış İlkeleri Hakkında Yönetmelikte¹³ “...Denetim görevlilerinin; kendilerine verilen görevi kapsamı ve süresi içinde yerine getirerek, suç teşkil eden diğer eylem ve işlemlere vâkıf olduğunda konuyu yetkili makamlara bildirmeleri” gerekmektedir.

Suç duyurularının yapılmasına ilişkin olarak ilgili yasal düzenlemelere göre suç tespiti yapılması durumunda, bu durumun *koşulsuz ve şartsız* olarak ilgili makamlara bildirilmesi kanuni bir zorunluluktur.

Vergi müfettişleri tarafından kaçakçılık suçunun tespit işlemi sonrasında yapılması gereken işlemler ise vergi suçu raporunun düzenlenmesi ve bu raporların rapor değerlendirme komisyonlarına iletilmesi ile söz konusu komisyon tarafından verilecek olan mütalaa¹⁴ vergi suçu raporuna ekleyerek kaçakçılık suçunu Cumhuriyet Başsavcılığına bildirmeleridir.

Vergi Usul Kanunu’nun 140’inci maddesine göre oluşturulan rapor değerlendirme komisyonlarına ilişkin “Rapor Değerlendirme Komisyonlarının Oluşturulması İle Çalışma Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelikte¹⁵ rapor değerlendirme komisyonlarının görevleri içinde; “*Rapor değerlendirme komisyonları, Kanunun 359’uncu maddesinde yazılı suçların işlendiğini tespit eden vergi suçu raporlarına ilişkin olarak mütalaa verir.*” açıklaması yer almaktadır. Ayrıca söz konusu Yönetmeliğin “Vergi Suçu Raporları İçin Verilecek Mütalaalar” başlıklı 13’üncü maddesindeki ise; “*Komisyonlar, vergi incelemesi yapmaya yetkili olanlarca düzenlenecek vergi suçu raporları için, raporların komisyonlara iletildiği tarihten itibaren en geç altmış gün içerisinde mütalaa verir. Verilecek mütalaalarda suçun unsurlarıyla, fiil ile fail arasındaki ilişki değerlendirilir. Yapılan incelemelerde, vergi inceleme raporlarının yanı sıra vergi suçu raporu da düzenlenmesinin söz konusu olduğu hallerde, vergi suçu raporları, ilgili komisyona vergi inceleme raporlarının değerlendirilmesinden sonra intikal ettirilir. Zamanaşımı veya ivedilik gibi durumlarda vergi suçu raporlarının ilgili oldukları raporlardan önce veya birlikte intikali de mümkündür.*” düzenlemesi yer almaktadır.

Rapor değerlendirme komisyonu tarafından vergi suçu raporuna ilişkin olarak mütalaa verilmesi durumunda Cumhuriyet Başsavcılığına suç duyurusu yapılır iken söz konusu mütalaanın alınmaması¹⁶ durumunda suç duyurusunun

¹³ 14.09.2010 tarih ve 27699 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanmıştır.

¹⁴ “Mütalaa” kavramı bazı çalışmalarda “olumlu” ve “olumsuz” olarak değerlendirilmekte olup bu kavramın pozitif bir anlam taşıdığını belirtmek gerekir. Zira rapor değerlendirme komisyonu tarafından mütalaa verilmesi, düzenlenen vergi suçu raporundaki suçun işlendiği kanaatini ifade etmektedir. Ayrıca “mütalaa” ile “görüş” kavramları da vergi ceza hukukunda tamamen farklı anlamlar taşımaktadır.

¹⁵ 31.10.2011 tarih ve 28101 sayılı Resmi Gazete ’de yayımlanmıştır (Madde 8).

¹⁶ Rapor değerlendirme komisyonu tarafından vergi müfettişi tarafından düzenlenen vergi suçu raporu olumlu olarak değerlendirilmez ise söz konusu raporun düzeltilmesi istenir. Müfettiş bu düzeltmeyi gerekçesini de

yapılamayacağı sonucu çıkmaktadır. Rapor değerlendirme komisyonu tarafından mütalaa verilmemesi durumunda hiç kuşkusuz kaçakçılık suçunu tespit eden vergi müfettişinin bu durumu merkez rapor değerlendirme komisyonuna taşıması mümkün olup, nihai karar söz konusu komisyon tarafından verilecektir.

Rapor değerlendirme komisyonlarının işlevi, esas olarak vergi müfettişleri tarafından yürütülen vergi incelemesi sonucunda yapılan tespitler ile bulunan matrah farkının, vergi hesaplamalarının doğru şekilde yapılıp yapılmadığının, şekil ve usule ilişkin hataların olup olmadığının değerlendirilmesi amacını taşımaktadır. Söz konusu komisyonun üyeleri, belirli yıl hizmeti olan vergi müfettişlerinden oluşmakta olup denetleme yetkisi olmaksızın esas olarak danışma fonksiyonunu icra etmektedir. Vergi inceleme raporlarının değerlendirilmesi, bu raporların vergi tekniği açısından oldukça karmaşık hesaplamalar içermesi nedeniyle bir tür gözden geçirme fonksiyonu önem taşımaktadır. Vergi inceleme raporlarının dışında vergi suçu raporlarının, rapor değerlendirme komisyonunda değerlendirilerek mütalaa verilmesi konusu daha farklıdır. Zira vergi suçu raporları, vergi inceleme raporunda yapılan tespitlerden hareket ile ortaya çıkan vergi kaybını, suçun yasal dayanağını ve suçun maddi/manevi unsurunu belirtmek içeriğine sahiptir. Vergi müfettişi tarafından mükellefin defter ve belgelerinde, gerekirse mükellefin işyerinde ve sair kurumlardan elde edilen verilerden hareket ile yapılan vergi incelemesi sonucunda “suç” olarak tanımlanmış olduğu kanaatin değerlendirmesi, rapor değerlendirme komisyonu tarafından yalnızca vergi suçu raporu üzerinden yapılmakta ve buna göre mütalaa verilmekte veya verilmemektedir. Bu çerçevede vergi suçu raporlarına eklenen “mütalaa” formları da genel olarak mükellefe ve vergi müfettişine ilişkin kimlik bilgileri dışında özet olarak suçu, suçun unsurlarını ve faili belirten bir tutanak olarak düzenlenmekte ve komisyon üyeleri tarafından imzalanmaktadır. Sonuç olarak mütalaada, vergi suçu raporunda detaylı olarak açıklanan suç yalnızca özet olarak belirtilmekte ve vergi suçu raporunda yer alan açıklamalar dışında herhangi bir ilave bilgi veya tespiti içermemektedir.

Vergi incelemeleri sırasında tespit edilen kaçakçılık suçlarının adli makamlara duyurulmasına ilişkin düzenlemeler geçmiş yıllara dayanmaktadır. 2011 yılından itibaren vergi denetim yapısında ortaya çıkan değişimler sonucunda “Vergi Denetim Kurulu” oluşturulması, vergi denetimi yapan farklı kurulların yapılarının birleştirilmesi gibi nedenler ile vergi düzenlemelerinde de bazı değişikliklere gidilmiştir.

belirterek uygun görmez ise vergi suçu raporu değerlendirilmek üzere Merkezi Rapor Değerlendirme Komisyonuna gönderilir.

Vergi Usul Kanunu'nun 367'nci maddesi gereği olarak Vergi Denetim Kurulu kurulmadan önce yürürlükte olan düzenlemeye göre “Yaptıkları inceleme sırasında Vergi Usul Kanunu'nun 359'uncu maddesi kapsamındaki suçları tespit eden maliye müfettişleri, hesap uzmanları ile bunların yardımcıları ve gelirler kontrolörleri ile stajyer gelirler kontrolörleri tarafından **doğrudan doğruya** ve vergi incelenmesine yetkili olan diğer memurlar tarafından ise ilgili vergi dairesinin bağlı bulunduğu defterdarlığın mütalaasıyla, keyfiyetin yetkili Cumhuriyet Savcılığına bildirilmesi” gerekmektedir. Buna göre maliye müfettişleri, hesap uzmanları ile bunların yardımcıları ve gelirler kontrolörleri ile stajyer gelirler kontrolörleri hiçbir **mütalaa olmaksızın** doğrudan doğruya savcılığa suç duyurusunda bulunabilmekte; vergi denetmenleri, vergi dairesi müdürleri ve mal müdürleri ise ancak defterdarlık **mütalaası olmak kaydıyla** savcılığa suç duyurusunda bulunmaları uygun görülmüştür. Bu çerçevede yaptıkları inceleme sırasında kaçakçılık suçlarını tespit eden maliye müfettişleri, hesap uzmanları ile bunların yardımcıları ve gelirler kontrolörleri ile stajyer gelirler kontrolörleri tarafından keyfiyetin hiçbir mütalaa şartı olmaksızın doğrudan doğruya yetkili Cumhuriyet Savcılığına bildirilmesi uygulaması 23.07.2010 tarihine kadar devam etmiştir.

Kaçakçılık suçlarının duyurusu ile ilgili olan Vergi Usul Kanunu'nun 367'nci maddesindeki düzenleme, 6009 sayılı Kanun¹⁷ ile 23.07.2010 tarihinden itibaren; “Yaptıkları inceleme sırasında 359'uncu maddede yazılı suçların işlendiğini tespit eden maliye müfettişleri, hesap uzmanları ile bunların yardımcıları ve gelirler kontrolörleri ile stajyer gelirler kontrolörleri tarafından ilgili **rapor değerlendirme komisyonunun mütalaasıyla doğrudan doğruya** ve vergi incelemesine yetkili olan diğer memurlar tarafından ilgili **rapor değerlendirme komisyonunun mütalaasıyla vergi dairesi başkanlığı veya defterdarlık tarafından keyfiyetin Cumhuriyet başsavcılığına bildirilmesi mecburidir.**” şeklinde değişikliğe uğramıştır. Yapılan yeni düzenleme ile yaptıkları inceleme sırasında Vergi Usul Kanununun 359'uncu maddesi kapsamındaki suçları tespit eden maliye müfettişleri, hesap uzmanları ile bunların yardımcıları ve gelirler kontrolörleri ile stajyer gelirler kontrolörleri tarafından keyfiyetin doğrudan doğruya yetkili Cumhuriyet Savcılığına bildirilmesi rapor değerlendirme komisyonlarının mütalaası şartına bağlı bir duruma getirilmiştir. Dolayısı ile yaptıkları inceleme sırasında Vergi Usul Kanunu'nun 359'uncu maddesi kapsamındaki suçları tespit eden maliye müfettişleri, hesap uzmanları ile bunların yardımcıları ve gelirler kontrolörleri ile stajyer gelirler kontrolörleri tarafından

¹⁷ 6009 Sayılı Gelir Vergisi Kanunu İle Bazı Kanun ve Kanun Hükmünde Kararnamelerde Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun (01.08.2010 tarih ve 27659 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanmıştır.)

rapor değerlendirme komisyonlarının mütalaası olmaksızın keyfiyetin yetkili Cumhuriyet Savcılığına doğrudan doğruya bildirilebilmesi uygulaması 23.07.2010 tarihinden itibaren sona ermiştir.

6009 sayılı Kanun ile yeni bir şekle dönüşmüş olan Vergi Usul Kanunu'nun 367'nci maddesindeki düzenleme, 646 sayılı Kanun Hükmünde Kararname¹⁸ ile 23.07.2010 tarihinden itibaren; 367'nci maddesinin birinci fıkrasında yer alan “maliye müfettişleri, hesap uzmanları ile bunların yardımcıları ve gelirler kontrolörleri ile stajyer gelirler kontrolörleri” ibaresi “Vergi Müfettişleri ve Vergi Müfettiş Yardımcıları” şeklinde değiştirilmiş, ancak yaptıkları inceleme sırasında Vergi Usul Kanununun 359'uncu maddesi kapsamındaki suçları tespit eden Vergi Müfettişleri ve Vergi Müfettiş Yardımcıları tarafından keyfiyetin doğrudan doğruya yetkili Cumhuriyet Savcılığına bildirilmesi rapor değerlendirme komisyonlarının mütalaası şartı hususunda herhangi bir değişiklik yapılmamıştır.¹⁹

4. VERGİ DÜZENLEMELERİ ÇERÇEVESİNDE VERGİ MÜFETTİŞLERİ TARAFINDAN YAPILAN SUÇU DUYURUSU SÜRECİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Vergi incelemeleri sonucunda vergi müfettişleri ve yardımcıları tarafından tespit edilen kaçakçılık suçlarının, Türk Ceza Kanunu uyarınca suç duyurusunun yapılmasına ilişkin süreç ile ilgili olarak Vergi Usul Kanunu'nda özel bir düzenleme yer almaktadır. Buna göre söz konusu suç tespit eden vergi müfettişi tarafından düzenlenen vergi suçu raporunun Cumhuriyet Başsavcılığına iletilmesi için Rapor Değerlendirme Komisyonlarına söz konusu raporun işleme girip/girmemesine ilişkin olarak karar verme (mütalaa verme) yetkisi verilmiştir. Dolayısıyla Cumhuriyet Savcılığının soruşturma sürecini başlatabilmesi için bu komisyonlar tarafından vergi suçu raporuna ilişkin olarak mütalaa verilmesi şartı aranmaktadır. Başka bir ifade ile rapor değerlendirme komisyonu mütalaası olmaksızın vergi suçu raporunun hukuki nitelik kazanması mümkün değildir. Bahsi geçen “mütalaa” olumlu ya da olumsuz anlamındaki mütalaa olarak değerlendirilmemelidir. Bu anlamda vergi suçu raporunun hukuki olarak varlık nedeni mütalaa verilmesi şartına bağlanmaktadır. Bu çerçevede mütalaa

¹⁸ 646 Sayılı Vergi Denetim Kurulu Başkanlığının Kurulması Amacıyla Bazı Kanun ve Kanun Hükmünde Kararnamelerde Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun Hükmünde Kararname (10.07.2011 tarih ve 27990 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanmıştır.)

¹⁹ 29.04.2021 tarihinde Vergi Usul Kanunu'nun 367'nci maddesine; “359'uncu maddenin (ç) fıkrasında yazılı suçların işlendiğinin inceleme sırasında tespiti halinde incelemenin tamamlanması beklenmeksizin, sair suretlerle öğrenilmesi halinde ise incelemeye başlanmaksızın Vergi Müfettişleri ve Vergi Müfettiş Yardımcıları tarafından bu tespitlere ilişkin rapor düzenlenir ve rapor değerlendirme komisyonunun mütalaasıyla birlikte keyfiyet Cumhuriyet başsavcılığına bildirilir. Kamu davasının açılması için incelemenin tamamlanması şartı aranmaz.” Yeni bir fıkra eklenmiş ve söz konusu düzenlemenin yürürlük tarihi 01.01.2024 olarak belirlenmiştir.

olmaksızın vergi suçunun varlığından söz etmek mümkün değildir. En önemli ayrıntı ise rapor değerlendirme komisyonu tarafından verilen mütalaanın olumlu olması yani vergi suçu raporundaki iddialara uyumlu bir görüş içermesidir. Dolayısı ile rapor değerlendirme komisyonu mütalaa vermez ise vergi suçu raporunun Savcılığa gönderilmesi mümkün değildir. Bu durumda aynı zamanda bir kamu görevlisi olan vergi müfettişi tarafından tespit edilen suç adli makamlara bildirilememektedir. Bu çerçevede vergi müfettişleri yaptıkları vergi incelemesi sonucunda suçun; kanuni, maddi ve manevi unsurunun varlığına kanaat getirmekte ve bunun sonucu olarak da vergi suçu raporu düzenlemektedirler. Ancak bu aşamada kaçakçılık suç unsurlarının varlığını vermiş olduğu karar ile onaylayan rapor değerlendirme komisyonunun mütalaası olmaksızın doğrudan suç duyurusunda bulunamamaktadırlar.

Rapor değerlendirme komisyonlarının esas işlevi vergi müfettişi tarafından yapılan vergi incelemesi sonucunda düzenlenen vergi inceleme raporlarını maddi ve hukuki anlamda bir eksiklik veya hata olup olmaması yönü ile gözden geçirilmesidir. Bu süreç esas olarak geçmişten günümüze kadar gelen bir uygulama olup vergilendirme sürecinin daha sağlıklı bir şekilde işlenmesini sağlamaktadır. Ancak rapor değerlendirme komisyonlarına gönderilen vergi suçu raporlarının durumu, vergi inceleme raporlarından farklı özellik taşımaktadır. Rapor değerlendirme komisyonları tarafından sadece vergi müfettişi tarafından tespit edilen suçun, faili ile fiil arasındaki ilişkiyi kurmaları beklenmektedir. Esasen vergi incelemesi yapan vergi müfettişi bu görev için resmi ve kanuni olarak görevlendirilmekte; bu görev kapsamında mükellef, vergi idaresi, diğer kamu ya da özel kurum ve kuruluşlar/kişiler ile bilgi, belge, yazışma, iletişim vb. işlemleri bizzat kendisi yürütmekte ve söz konusu süreç sonucunda ise vergi inceleme raporu, vergi suçu raporu veya vergi tekniği raporu veya görüş ve öneri raporu düzenlenmesine yine kendisi karar vererek inceleme görevini sonlandırmaktadır. Dolayısıyla eğer vergi müfettişi yaptığı söz konusu inceleme sonucunda elde ettiği bilgi, belge ve değerlendirmelerine göre suçun oluşumuna ilişkin kanuni, maddi ve manevi unsurların (özellikle kast unsurunun) varlığı yönünde bir sonuca ulaşır ise mevzuat gereği başka bir mercii görüşü almaksızın kendi görüşü çerçevesinde vergi suçu raporu düzenlemektedir. Bu çerçevede Vergi Usul Kanunu'ndan almış olduğu yetki ve sahip olduğu donanım, bilgi ve deneyimi ile inceleme yapan vergi müfettişi, vergi suçu raporunun temel kaynağını teşkil eden unsurların ve özellikle de kast unsurunun var olup olmadığı kararını vermektedir.

Rapor değerlendirme komisyonunca vergi müfettişi tarafından düzenlenmiş olan vergi suçu raporu ile ilgili olarak mütalaa verilmemesi durumu, rapor değerlendirme komisyonunun suç duyurusunda bulunulmasını uygun görmemesi

anlamını taşıdığından, vergi suçu raporu, hukuki açıdan hüküm ifade etmemekte ve düzenlenmemiş sayılmaktadır. Bu durumun sonucu itibarıyla rapor değerlendirme komisyonu tarafından düzenlenen mütalaa; görüş, değerlendirme veya fikir olmak özelliğinden çok, vergi suçu raporunu onaylayan bir nitelik kazanmaktadır. Dolayısı ile hukukun mütalaa özelliğini kaybetmekte, karar ve onay tutanağı şekline dönüşmektedir.

Rapor değerlendirme komisyonunda üye olmanın birincil koşulu, mesleki çalışması on yılı doldurmuş vergi müfettişi olmak olup söz konusu koşula sahip her vergi müfettişinin rapor değerlendirme komisyonu üyesi olabilmesi esastır. Bu konuda ayırt edici hiçbir farklı koşul bulunmamakta ve bu yönde hiçbir mevzuat düzenlemesi de yapılmamıştır. Dolayısı ile rapor değerlendirme komisyonu üyesi olan vergi müfettişleri ile rapor değerlendirme komisyonu üyesi olmayan vergi müfettişleri arasında mesleki tecrübe ve teknik bilgi açısından hiçbir fark bulunmamaktadır (Aydın:2022:21). Kaldı ki vergi suçu raporunu düzenleyen vergi müfettişinin mesleki deneyim ve yetkinliği rapor değerlendirme komisyonu üyelerinden daha fazla da olabilmektedir. Bu durum rapor değerlendirme komisyonlarının mesleki anlamda tecrübeli ve kıdemli üyelere oluştuğu ve bu nedenle mütalaa vermelerinin gerekli olduğu şeklinde bazı görüşlerin doğru olmadığını da göstermektedir.

Mütalaa alındıktan sonra adli mercilere gönderilen vergi suçu raporları, vergi müfettişinin görüşünü içermekte olup, yargı organı için mutlak bağlayıcılığı olan bir rapor özelliği taşımamaktadır. Esasen vergi incelemeleri sırasında tespit edilen bir fiilin hukukun “suç” olup olmadığının kararı, soruşturma ve kovuşturma süreçlerinde verilmektedir.

Vergi idaresi ve vergi denetim elemanları (rapor değerlendirme komisyonları da dahil olmak üzere) tarafından, mükellef tarafından vergi kanunlarına aykırı şekilde yapılan faaliyetler sonucunda ortaya çıkan “vergi kabahatlerinin” tespit edilmesi ve buna ilişkin ekonomik yaptırımların uygulanması beklenmektedir. Buna karşılık adli makamlar tarafından ise hapis cezası gibi ağır bir yaptırım ile sonuçlanacak “vergi suçlarının” manevi unsurunu tespit etmeleri ve bunun kararını vermelerini beklemek hukuk devleti olmanın bir gereğidir.

Vergi inceleme elemanlarının kurumsal yapısı ve görev tanımları açısından 2011 yılında önemli bir değişikliğe gidilmiş ve vergi denetim elemanları, “Vergi Denetim Kurulu” adı ile birleştirilerek farklı unvanlara sahip olan vergi inceleme elemanları tek bir unvan altında “vergi müfettişi” olarak tanımlanmıştır. Bu değişikliklerin farklı sonuçları olmuştur. Bu sonuçlardan birisi de vergi incelemelerinde tespit edilen kaçakçılık suçlarına ilişkin olarak yapılan suç duyuruları ile ilgilidir. Vergi denetim yapısında yapılan bu değişiklik

öncesinde²⁰; maliye müfettişleri, gelirler kontrolörleri ve hesap uzmanları, düzenlemiş oldukları “vergi kaçakçılığı raporlarını”²¹; (gelirler kontrolörleri ve hesap uzmanlarından oluşturulan rapor okuma komisyonları²² dâhil olmak üzere hiçbir komisyonun mütalaası olmaksızın) “doğrudan doğruya” bizzat kendileri Cumhuriyet Başsavcılığına bildirmek yetkisine sahip olmuşlardır. Bu tarihlerden sonra vergi denetim elemanlarının “vergi müfettişi” olarak birleştirilmeleri ve rapor değerlendirme komisyonlarının mütalaa vermeleri konusunda yapılan düzenlemelerin, kaçakçılık suçlarının duyurusu ile ilgili süreç ile ilgili olarak bir katkı sağladığı görülmemektedir.

Kaçakçılık suçu ile ilgili hürriyeti bağlayıcı cezaların kararı sonuç olarak ve geçmişte de olduğu üzere ceza mahkemeleri tarafından verilmektedir. Vergi Denetim Kurulu oluştuktan sonra maliye müfettişleri, gelirler kontrolörleri, hesap uzmanları ve yardımcılarının yerini alan vergi müfettişi ve vergi müfettişi yardımcıları ünvanlı vergi denetim elemanlarının da rapor değerlendirme komisyonu mütalaası olmaksızın düzenlemiş oldukları vergi suçu raporlarını doğrudan Cumhuriyet Başsavcılığına bildirmelerinin uygun olacağı değerlendirilmektedir. Bunun sonucunda rapor değerlendirme komisyonlarının esas işlevi olan vergi inceleme raporlarının değerlendirilmesine daha fazla zaman ayırmaları da mümkün olacaktır. Öte yandan vergi suçu raporları ile ilgili olarak Vergi Denetim Kurulu’nun iş yükünün azalması da sağlanacaktır. Bu bağlamda vergi suçu raporu ile ilgili olarak gerekli değerlendirmeyi yapacak ve mütalaa ve kararı verecek olan “tek” merci, rapor değerlendirme komisyonları yerine soruşturma ve kovuşturma sürecini gerçekleştiren adli makamlar olmalıdır.

SONU

Vergi müfettişleri ve yardımcıları tarafından Vergi Usul Kanunu’nun 359’uncu maddesinde düzenlenen “*kaçakçılık suçlarının tespiti durumunda düzenlenen vergi suçu raporlarının, Vergi Usul Kanunu’nun 367’nci maddesi uyarınca adli makamlara bildiriminin yapılması*” yasal bir zorunluluktur. Bu bildirim sadece Vergi Usul Kanunu’nun söz konusu maddesinin değil, aynı zamanda Türk Ceza Kanunu’nun “*Kamu görevlisinin suçu bildirmemesi*” başlıklı 279/1’inci maddesinde yer alan “*Kamu adına soruşturma ve kovuşturmayı gerektiren bir suçun işlendiğini göreviyle bağlantılı olarak öğrenip de yetkili makamlara bildirimde bulunmayı ihmal eden veya bu hususta gecikme gösteren kamu görevlisi, altı aydan iki yıla kadar hapis cezası ile cezalandırılır.*”

²⁰ 2011 tarihine kadar olan süredir.

²¹ Günümüzde “vergi suçu raporu” olarak adlandırılan raporlar, 2011 yılına kadar “vergi kaçakçılığı suçu raporu” olarak adlandırılmıştır.

²² 2011 yılına kadar Gelirler Kontrolörleri ve Hesap Uzmanları Rapor Okuma Komisyonları, vergi inceleme raporlarını değerlendirmek üzere faaliyette bulunmuştur.

hükümünün gereği olduğunun da göz önünde bulundurulması gerekmektedir. Vergi müfettişleri ve yardımcıları söz konusu bildirim, düzenlemiş oldukları vergi suçu raporları ile yapmaktadırlar. Bir tür bilirkişi/uzman raporu özelliği taşıyan vergi suçu raporunun hukuki bir nitelik kazanarak bildirim aracılığıyla yapılabilmesi için ise rapor değerlendirme komisyonlarınca söz konusu raporun incelenerek onaylayıcı nitelikteki mütalaa verilmesine bağlı bulunmaktadır. Bu çerçevede rapor değerlendirme komisyonlarının mütalaa olmaksızın kaçakçılık suçlarının vergi müfettişleri ve yardımcıları tarafından doğrudan doğruya adli makamlara bildirim mümkün değildir.

Rapor değerlendirme komisyon üyeliği için ayrı bir uzmanlaşmaya gerek bulunmamakta, ilgili mevzuat çerçevesinde her türlü rapor düzenlemek yetkisi ve bilgisi olan her vergi müfettişi rapor değerlendirebilme bilgi ve tecrübesine sahip bulunmaktadır. Dolayısı ile vergi suçu raporunu düzenleyen vergi müfettişi de, söz konusu rapor için mütalaa veren de aynı unvan ve yetkiye haiz vergi müfettişidir. Vergi Usul Kanunu kapsamındaki kaçakçılık suçlarının kanuni, maddi ve manevi unsurlarını tespit eden vergi müfettişleri tarafından düzenlenen vergi suçu raporlarının, hiçbir mercinin izin, onay veya mütalaasına gerek olmaksızın doğrudan doğruya adli mercilere bildirimini sağlanması gereklidir.

KAYNAKÇA

- Aydın, S. (2022). “Vergi Denetim Kurulu Rapor Değerlendirme Komisyonlarının Yapısal Ve İşlevsel Açılardan Analizi”, *Vergi Sorunları Dergisi*, Sayı 411, 13-23.
- Şenyüz, D. (2022). *Vergi Ceza Hukuku (Vergi Kabahatleri ve Suçları)*, 12. Baskı, Bursa: Ekin Yayınevi.
- T.C. Hazine ve Maliye Bakanlığı Vergi Denetim Kurulu Başkanlığı, 2022 Yılı Faaliyet Raporu, Ankara, 2023. (<https://ms.hmb.gov.tr/uploads/sites/17/2023/03/Vergi-Denetim-Kurulu-Baskanligi-2022-Yili-Faaliyet-Raporu.pdf>. Erişim: 18.07.2023).
- T.C. Hazine ve Maliye Bakanlığı Vergi Denetim Kurulu Başkanlığı, 2021 Yılı Faaliyet Raporu, Ankara, 2022. (<https://ms.hmb.gov.tr/uploads/2022/04/VDK-2021-Birim-Faaliyet-Raporu.pdf> Erişim: 16.07..2023).
- T.C. Hazine ve Maliye Bakanlığı Vergi Denetim Kurulu Başkanlığı, 2020 Yılı Faaliyet Raporu, Ankara, 2021. (<https://ms.hmb.gov.tr/uploads/2022/04/VDK-2020-Yili-Birim-Faaliyet-Raporu.pdf>. Erişim: 17.07.2023).
- T.C. Hazine ve Maliye Bakanlığı Vergi Denetim Kurulu Başkanlığı, 2019 Yılı Faaliyet Raporu, Ankara, 2020. (<https://ms.hmb.gov.tr/uploads/sites/17/2022/06/VDK-2019-Birim-Faaliyet-Raporu.pdf>. Erişim: 16.07.2023)
- T.C. Hazine ve Maliye Bakanlığı Vergi Denetim Kurulu Başkanlığı, 2018 Yılı Faaliyet Raporu, Ankara, 2019. <https://ms.hmb.gov.tr/uploads/2019/04/VDK-2018-Birim-Faaliyet-Raporu-1102019-002.pdf>. Erişim: 12.07.2023).
- T.C. Hazine ve Maliye Bakanlığı Vergi Denetim Kurulu Başkanlığı, 2017 Yılı Faaliyet Raporu, Ankara, 2018. (https://ms.hmb.gov.tr/uploads/2019/01/VDK_Faaliyet_Raporu_2017.pdf. Erişim: 12.07.2023)
- T.C. Hazine ve Maliye Bakanlığı Vergi Denetim Kurulu Başkanlığı, 2016 Yılı Faaliyet Raporu, Ankara, 2017. (https://ms.hmb.gov.tr/uploads/2019/01/VDK_2016_Faaliyet_Raporu_22.05.17.pdf. Erişim: 11.07.2023).
- T.C. Hazine ve Maliye Bakanlığı Vergi Denetim Kurulu Başkanlığı, 2015 Yılı Faaliyet Raporu, Ankara, 2016. (https://ms.hmb.gov.tr/uploads/2019/01/FaaliyetRaporu_2015.pdf. Erişim: 10.07.2023).

- T.C. Hazine ve Maliye Bakanlığı Vergi Denetim Kurulu Başkanlığı, *2014 Yılı Faaliyet Raporu*, Ankara, 2015. (https://ms.hmb.gov.tr/uploads/2019/01/VDK_2014_Y%C4%B1%C4%B1_Faaliyet_Raporu_1102.pdf. Erişim: 10.07.2023)
- T.C. Hazine ve Maliye Bakanlığı Vergi Denetim Kurulu Başkanlığı, *2013 Yılı Faaliyet Raporu*, Ankara, 2014. (https://ms.hmb.gov.tr/uploads/2019/01/Faaliyet_Raporu_2013.pdf. Erişim: 09.07.2023).
- T.C. Hazine ve Maliye Bakanlığı Vergi Denetim Kurulu Başkanlığı, *2012 Yılı Faaliyet Raporu*, Ankara, 2013. (https://ms.hmb.gov.tr/uploads/2019/01/vergi_denetim_kurulu_200513.pdf Erişim: 08.07.2023).

36. Bölüm

Kurumsal Reklamcılık ve Marka Stratejileri Kapsamında Türkiye’de Yayınlanmış Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Analizi

Sultan KOCA¹

¹ Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım ABD Doktora Öğrencisi, sultankoca.8@gmail.com ORCID No <https://orcid.org/0000-0003-1029-6119>

ÖZET

GİRİŞ

Kökenleri eski çağlara dayanan İletişim Bilimleri ve Halkla İlişkiler uygulamaları 20. yy.'dan itibaren profesyonel bir meslek haline gelmiştir. Sosyal, ekonomik ve kültürel gelişmeler özellikle teknolojinin de gelişmesiyle birlikte bu disiplinlerin uygulama alanları genişlemiştir. Sosyal ve Beşerî Bilimler 19. Yüzyılda sosyolojiyi ifade etmek amacıyla kullanılırken, yirminci yüzyıldan itibaren iletişim bilimleri, dil bilimleri, antropoloji, arkeoloji, işletme, müzik, tarih, ekonomi, edebiyat, iktisat, sanat tarihi, psikoloji gibi insanı ve toplumu ilgilendiren birçok akademik alanın ortak çatısı olarak ifade edilmeye başlanmıştır (Güvendi, 2022:280). Nitekim sürekli gelişen teknolojik, siyasal, sosyal ve toplumsal yapıların göz ardı edilmemesi gereksinimi bu alanların dinamik yapısından kaynaklanmaktadır. Bu noktada bireylerin kimlik yapısını oluşturan unsurlar işteş bir süreci ifade ettiği gibi, sosyal bir varlık olan insanın toplum yaşamından izolasyonun söz konusu olmaması da bu durumun nedenlerinden birisidir. Beşerî bilimlerin ortak referans noktalarına baktığımızda, bireyin kimlik oluşturma sürecinden başlayan ve toplumsal yaşamda, kişinin ölümüne dek devam eden tüm bireysel ve sosyolojik süreçlerden söz edilebilir. Sosyolojik süreçler için makro büyüklükte olan toplum ve toplumsal yapılar önemlidir. Fakat toplumsal teoriler bireysel hareketleri göz ardı edebilir (Bahar, 2009:6). Hem bireysel hem de kitlesel hareketleri anlamak için, yaşam biçimlerinin oluşum ve etkileşim parametrelerinin dikkatle analiz edilmesi gerekir. Bu nedenle araştırmada kitleleri harekete geçiren, tutum ve davranışlarını etkileyen önemli unsurlardan birisi olan reklamlar odak noktası olarak belirlenmiştir. Kitleleri “etkilemek, harekete geçirmek, satın alma davranışlarına yönlendirmek amacıyla kullanılan reklamın, kitle iletişim araçları içerisindeki konumu” oldukça önemlidir (Ergül, 2020:2). Bu noktada bir kurumla hedef kitle arasındaki karşılıklı anlayış, iş birliği, iyi niyetin inşa edilmesi, korunması ve sürdürülmesi gibi fonksiyonları bulunan halkla ilişkiler faaliyetleri ve reklamlar sadece ürün ve hedef kitle arasındaki satış tutundurma aracı olarak değil, aynı zamanda kitleyi anlamak ve sosyokültürel reflekslerini çözümlemek açısından da önemli bir referans noktasını işaret etmektedir. Günümüzde iletişim, halkla ilişkiler faaliyetlerinin birçok disiplinle ortak çalışma alanı içerisinde olması, beşerî bilimlerin mikrodan makroya uzanan benzer reflekslerini anlamlandırmak açısından temel teşkil etmektedir. Bu ilgiyi anlayabilmek ne yönde geliştiğini görebilmek ve başlangıcından itibaren değişim parametrelerini anlamlandırabilmek açısından mevcut bilimsel yayınlar önemli kaynaklardır. Nitekim “bir ülkenin gelişiminde bilgiyi katma değere dönüştürerek nitelikli insan gücünün yetişmesinde ve toplumsal kalkınmada ayrıcalıklı rol oynayan üniversitelerde gerçekleştirilen

bilimsel araştırmaların ve akademik çalışmaların çıktısı olan lisansüstü tezler, üzerinde çalışılan alanın o ülkedeki görüntüsünü yansıtmaktadır” (Boyacı ve Demirkol, 2018:513). Akademik araştırmalar, o alandaki ulusal durumu yansıtan bir unsur olmakla beraber, aynı zamanda anlatsal biçimlerin sanatsal yapıları ve hedef kitle için seçilen iletişim biçimleri açısından önemlidir. Buradan hareketle iletişim bilimleri ve halkla ilişkiler disiplinlerine yönelik yapmış olduğumuz literatür araştırması sonucunda, kurumsal reklam ve marka stratejilerinin konu olduğu lisansüstü akademik çalışmalarda büyük ölçüde eksiklik görülmüştür. Alandaki boşlukla birlikte bu çalışmaların yalnız iletişim bilimlerini değil aynı zamanda birçok disiplini ilgilendiriyor olması araştırmamızın temel motivasyonunu oluşturmuştur. Güvendi 'ye göre bir çalışma benzer bir veri setinin literatürde olmaması bakımından araştırmacılara katkı sunar (Güvendi, 2022:66). Çalışmanın birinci bölümünde marka stratejileri ve kurumsal reklam konularına ilişkin kavramsal ve kuramsal çerçeve çizilmiştir. İkinci bölümde araştırma yöntemi belirtilmiş, üçüncü bölümde ilgili bulgulara yer verilmiştir. Çalışmanın dördüncü ve son bölümünde ise ulaşılan bulgular, bibliyometrik analiz yöntemiyle değerlendirilmiştir. Çalışmada ulaşılan veri setinin, literatürdeki boşlukların tespiti, ilgili konu ve alanlarda mevcut durum analizi yapılabilmesi açısından, bundan sonraki araştırmalara katkı sunacağı düşünülmektedir.

MARKA STRATEJİSİ VE KURUMSAL REKLAMLAR

İnsanlık tarihi kadar eski olan iletişim faaliyetleri, sosyal yaşamın ve insanın bulunduğu her ortamda varlığını sürdürmektedir (Güvendi, 2023:25). Marka kavramı ilk olarak Eski Mısır çanaklarında belirli işaret ve semboller ile kendini göstermiş olup daha sonra ise Orta Çağ'da Avrupa ülkelerinde ticaret alanlarında diğer ürünlerden farklılaşmak adına marka niteliği taşıyan belirli sembollerin kullanıldığı görülmüştür (Ercan vd., 2010:3). Herhangi bir ticari ürünü diğerlerinden ayırmak amacıyla, sembol, tasarım, resim vb. unsurlarla oluşturulan, o ürünün simge niteliği taşıyan tüm özel tasarımlar marka olarak nitelendirilebilir. Özellikle semboller, markalaşma sürecinde oldukça önemlidir. Eser ve sanatkar arasındaki ilişki, işteş bir edim olarak hem eser üzerinde sanatkarın şahsiyetini görmek; hem de sanatkarın şahsiyetini sanatı aracılığıyla analiz etmek açısından oldukça önemlidir (Güvendi, 2022:113-114). Kurumsal imaj ve kurumsal itibar oluşturmak aynı zamanda, ürün, hizmet veya firmanın marka olması, ötekilerden başarıyla farklılaşmasına bağlıdır. Bu noktada marka stratejisinin nasıl ve ne şekilde uygulanacağı önemlidir. Marka stratejisi, bir markayı diğerlerinden ayıran ve değer oluşturmak, öne çıkarmak amacıyla

uygulanen tüm faaliyetleri kapsar. O halde herhangi bir ürünün farklılaşma aracının başarısından söz edebilmek için, oluşturulan markanın hedef kitle üzerindeki etkisi oldukça önemlidir. Murphy'ye (1990) göre marka; “yalnızca elle tutulabilir ürün değil aynı zamanda kişiye sağlamış olduğu belirli ayrıcalıklı niteliklerden de meydana gelen ve ürünlerin farklılaştıran, soyut ve somut özelliklerin bir karışımıdır” (Aktaran Marangoz, 2006:108). Marka stratejileri olumlu marka imajı oluşturma, marka ve ürünün algılanan değerinin artması, tüketicilerin satın alma tercihlerini olumlu yönde etkilenmesi amacıyla kullanılmaktadır (Wang ve Tsai, 2014:29). İlgili literatür sonuçlarına göre markanın sağladığı avantajlar şu şekilde sıralanabilir. Markalar reklam stratejileri ile talep yaratmak, kabul görmek, kamuoyu oluşturmak, rekabet ortamında rakiplerinden farklılaşmak, imajın tanınması ile olumlu yönde değer kazanmak gibi birçok avantaj sağlamaktadır (Ören ve Yüksel, 2012:37). Dolayısıyla markalar reklam stratejileri ile markanın tüketici zihninde konumlandırılması, etki yaratmak ve markalı ürünler için kimlik oluşturmak gibi amaçları vardır (Reichert, 2004: 24-26). Ayrıca marka, reklam stratejileri ile alıcısına prestij getirerek daha elit bir yaşam tarzının, daha ayrıcalıklı bir statünün simgesi haline gelir (Ar, 2004:7). Buradan hareketle marka sadece bir ürün için değil aynı zamanda kişiler ve hizmetler içinde rekabet avantajı sağlayan, olumlu imaj ve değer yaratan, zorluklara karşı direnç artıran bir motivasyon aracına dönüşür. Kısaca reklam stratejileri, toplumsal farklılıkları küresel farklılıklar ile, küresel farklılıkları ise ürün farklılıkları ile bütünleştirir (Fiske, 2012:42).

Marka yöneticilerinin ürünleri için seçebileceği dört temel marka stratejisi bulunmaktadır (İTO, 2006:23): (i) Yeni Markalama, (ii) Hat Genişlemesi, (iii) Çoklu Markalama ve (iv) Marka Genişlemesidir. Yeni marka; “Bir firma, yeni bir kategoride ürün geliştirdiğinde tercih edilebilir” (Küçük, 2005: 19). Hat genişleme stratejisi, “aynı marka ismi altında, markanın özü değişmediği halde ürün kategorisine yeni özellikler eklenmesidir”. Pepsi Cola'nın diet coke üretmesi hat genişlemesine örnek olabilir (Ar, 2007:49). Çoklu marka stratejisi, “firmanın aynı ürün kategorisinde birden fazla marka geliştirme” stratejisidir (Pride, 2000: 305). Marka genişleme stratejisi “başarılı marka ismini, firmanın çıkardığı yeni ürünleri lanse etmek için kullanma” çabasıdır. Pınar Süt'ten sonra Pınar Et, Pınar Un vb. çıkarılması örnek olarak gösterilebilir (Tek, 1997:359). Kurumsal reklam ise, “kurumların ürün ve hizmet imajlarına yönelik yürüttükleri tüm pazarlama faaliyetlerini” kapsar. Nitekim Meenaghan' a göre büyük kurum ve markaların ortak özelliği, işlevsel ve sembolik açıdan nitelikli ve özgün değerlerle kurdukları bağlıdır (Meenaghan, 1995:23). Dolayısıyla

kurumsal reklamların amacı, oluşturulan mesajın, hedef kitleyi etkileyecek, kuruma ise itibar kazandıracak etkiye sahip olmasıdır.

YÖNTEM

Bu araştırmada ‘Marka Stratejileri ve Kurumsal Reklam’ konulu lisansüstü tezlerin analiz edilmesi suretiyle bir durum analizi yapılmış olup; bu doğrultuda 17.02.2022 tarihinde YÖK Ulusal Tez Merkezi veri tabanında yer alan gelişmiş ve detaylı tarama alanları kullanılarak, (tez, konu, dizin) başlıkları kapsamında “Marka Stratejileri ve/veya Kurumsal Reklam” anahtar kelimesinin kullanıldığı tezler bibliyometrik analizle incelenmiştir. YÖK Ulusal Tez Merkezi veri tabanında Marka Stratejileri kapsamında ulaşılan en eski çalışma 2009 en son yapılan çalışma ise 2020 tarihinde olmak üzere toplam 2 çalışma vardır. Kurumsal Reklam kapsamında ise en eski çalışma 1996 yılında olup, son çalışma ise 2022 yılındadır. Kurumsal İletişim konulu toplam 7 lisansüstü çalışmaya ulaşılmıştır. Bunun bir sonucu olarak “Marka Stratejileri” (2) ve “Kurumsal Reklam” (7) konulu toplam 9 tez araştırmanın kapsamını oluşturmaktadır.

BULGULAR

Marka Stratejileri kapsamında ulaşılan genel bilgiler Tablo 1’ de verilmiştir.

Tablo 1: Tezlere ilişkin Genel Bilgiler (Marka Stratejisi)

YÖKTEZ Veri Tabanında Yayımlanan Toplam Tez Sayısı	2
Yüksek Lisans	2
Doktora	0
YÖKTEZ Veri Tabanındaki ilk tezin tarihi	2009
Tez İzin durumu / İzinli	2
Tez İzin Durumu / İzinsiz	0
Tezlerin Yazıldığı Üniversite Sayısı	2
Tezlerin Yazıldığı Anabilim Dalı Sayısı	2
Tezlerin Dili (Türkçe)	1
Tezlerin Dili (İngilizce)	1

Tablo 1’e göre Marka stratejisi konulu yayımlanan toplam tez sayısı ikidir. Yayın derecelerine göre iki çalışmanın da yüksek lisans çalışması olduğu görülmektedir. Her iki çalışma da erişime açıktır. İki farklı Üniversite’de iki farklı dilde yapılan tezlere ilişkin detaylar aşağıda Tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 2: Tezlere İlişkin Genel Bilgiler (Kurumsal Reklamlar)

YÖKTEZ Veri Tabanında yayımlanan toplam tez sayısı	7
Yüksek Lisans	5
Doktora	2
YÖKTEZ Veri Tabanındaki ilk tezin tarihi	1996
Tez İzin durumu / İzinli	5
Tez İzin Durumu / İzinsiz	2
Tezlerin Yazıldığı Üniversite Sayısı	5
Tezlerin Yazıldığı Anabilim Dalı Sayısı	4
Tezlerin Dili (Türkçe)	7

Tablo 2'ye göre kurumsal reklam, konulu yayımlanan toplam tez sayısı yedidir. Yayın derecelerine göre beş çalışma yüksek lisans, diğer ikisi ise doktora dereceli çalışmalardır. İzin durumlarına göre tezlerden beşi erişime açık, ikisi ise erişime kapalıdır. Tezler beş farklı Üniversite, dört farklı anabilim dalında yayımlanmıştır ve tezlerin tamamının yayım dili Türkçedir. Tezlere ilişkin detaylar aşağıda verilmiştir. 'Marka Stratejileri ve/veya Kurumsal Reklam' Konulu lisansüstü tezlerin düzeylerine göre dağılımları Tablo 3' te verilmiştir.

Tablo 3: Lisansüstü Tez Düzeyleri (Marka Stratejisi)

Tez Düzeyi	F	%
Yüksek Lisans	2	100
Toplam	2	100

Tablo 3'e göre marka stratejisi konulu tezlerin tamamı yüksek lisans düzeyindedir. Tablo 4'te ise Kurumsal reklam konulu tezlerin, tez düzeyleri verilmiştir.

Tablo 4: Lisansüstü Tez Düzeyleri (Kurumsal Reklam)

Tez Düzeyi	f	%
Yüksek Lisans	5	0,7142
Doktora	2	0,2858
Toplam	7	100

Tablo 4'e göre kurumsal reklam konulu tezlerin yedisi yüksek lisans ikisi doktora düzeyindedir. Marka stratejisi konulu lisansüstü tezlerin yazım dilleri Tablo 5'te verilmiştir.

Tablo 5: Lisansüstü Tezlerin Yazım Dilleri (Marka Stratejisi)

Yazım Dili	Yüksek Lisans		Doktora		Toplam
f / %	f	%	f	%	%
Türkçe	2	100	-	0	-
İngilizce	-	0	-	-	-
Toplam	2	100	0	0	100

Tablo 5'e göre marka stratejisi konulu tezlerden birisinin yazım dili Türkçe diğeri ise İngilizcedir. Kurumsal reklamların yazım dilleri Tablo 6'da verilmiştir.

Tablo 6: Lisansüstü Tezlerin Yazım Dilleri (Kurumsal Reklam)

Yazım Dili	Yüksek Lisans		Doktora		Toplam
f / %	f	%	f	%	%
Türkçe	7	100	-	0	-
İngilizce	-	0	-	-	-
Toplam	7	100	0	0	100

Tablo 6'ya göre kurumsal reklam konulu tezlerin tümü Türkçe olarak hazırlanmıştır. Marka stratejisi konulu tezlerin, hazırlandığı enstitüler Tablo 7'de verilmiştir.

Tablo 7: Hazırlandığı Enstitüler (Marka Stratejisi)

Hazırlandığı Enstitüler	Yüksek Lisans		Doktora		Toplam	
f/%	f	%	f	%	F	%
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü	1	50	-	-	-	0
Eğitim Bilimleri Enstitüsü	1	50	-	-	-	0
Toplam	2	100				0

Tablo 7'ye göre marka stratejisi konulu tezlerden birisi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, diğeri ise Lisansüstü Eğitim Enstitüsünde hazırlanmıştır. Kurumsal iletişim konulu tezlerin hazırlandığı enstitüler ise Tablo 8'de verilmiştir.

Tablo 8: Hazırlandığı Enstitüler (Kurumsal İletişim)

Hazırlandığı Enstitüler	Yüksek Lisans		Doktora	
	f	%	f	%
Sosyal Bilimler Enstitüsü	5	100	2	100
Toplam	5	100	2	100

Tablo 8'e göre kurumsal reklam konulu tezlerin tümü sosyal bilimler enstitüsünde hazırlanmıştır. Tez derecelerine göre iki tez doktora, beş tez ise yüksek lisans tezidir. Lisansüstü tezlerin hazırlandığı üniversiteler Tablo'9 da verilmiştir.

Tablo 9: Lisansüstü Tezlerin Hazırlandığı Üniversiteler

(Marka Stratejisi)	f	%	(Kurumsal Reklam)	F	%
İstanbul Gelişim Üniversitesi	1	50	Marmara Üniversitesi	4	50
Gazi Üniversitesi	1	50	Maltepe Üniversitesi	1	12,5
			Akdeniz Üniversitesi	1	12,5
			Cumhuriyet Üniversitesi	1	12,5
			Ege Üniversitesi	1	12,5
Toplam	2	100	Toplam	7	100

Tablo 9' a göre marka stratejisi konulu tezler İstanbul Gelişim Üniversitesi ve Gazi Üniversitesi'nde hazırlanmıştır. Kurumsal reklam konulu tezlerde ise tüm çalışmaların % 50 sini oluşturan 4 tezin hazırlandığı Marmara Üniversitesi dikkat çekmektedir. Diğer tezlerin ise Sivas Cumhuriyet, Akdeniz ve Ege Üniversitesi'nde hazırlandığı görülmektedir. Tablo 10'da tezlerin yayım yıllarına göre dağılımları verilmiştir.

Tablo 10: Lisansüstü Tezlerin Yayınlandığı Yıllar (Marka Stratejisi)

Tez Yayın Yılları	Marka Stratejisi	Kurumsal Reklam	Toplam
1996	-	1	1
2002	-	1	1
2003	-	-	-
2007	-	1	1
2009	1	1	2
2019	-	-	-
2020	-	1	1
2021	-	-	-
2022	1	2	3
Toplam			9

Tablo 10’da görüldüğü üzere marka stratejisi konulu ilk çalışma 2009 da son çalışma ise 2022’de yapılmıştır. Kurumsal reklam konulu ilk araştırma ise 1996 yılında yapılmıştır. Bu tezleri yayım yıllarına göre sırası ile 2002, 2007, 2009, 2022 yılları takip etmektedir. Tablo 11’de marka stratejisi konulu lisansüstü tezlerin danışman unvanları verilmiştir.

Tablo 11: Lisansüstü Tezlerin Danışman Akademik Unvanları
(Marka Stratejisi)

Danışman Ünvanları	Yüksek Lisans		Doktora		Toplam	
f/%	f	%	f	%	F	%
Prof. Dr.	1	50	-	-	-	-
Dr. Öğr. Üyesi	1	50	-	-	-	-
Toplam	2	100	0	0		

Tablo 11’e göre marka stratejisi konulu tezlerden birisinin danışman unvanı Prof. Diğer tezin danışman unvanı ise Dr. Öğr. Üyesidir. Kurumsal iletişim konulu lisansüstü tezlerin danışman unvanları Tablo 12’de verilmiştir.

Tablo 12: Tezlerin Danışman Akademik Unvanları (Kurumsal İletişim)

Danışman Unvan	Yüksek Lisans		Doktora		Toplam	
	f	%	f	%	f	%
Prof. Dr.	2	50	2	100	-	-
Doç. Dr.	2	50	-	-	2	100
Dr. Öğr. Üyesi	1		-	-	1	100
Toplam	5	100	2	100	7	100

Tablo 12'ye göre kurumsal iletişim konulu lisansüstü tezlerden ikisinin danışman unvanı profesör, ikisinin doçent, birinin ise doktor öğretim üyesi olduğu görülmektedir. Lisansüstü tezlerin hazırlandığı Anabilim Dalları Tablo 13'te verilmiştir.

Tablo 13: Lisansüstü Tezlerin Hazırlandığı Ana Bilim Dalları

AnaBilim Dalı	f	%	AnaBilim Dalı	f	%
Marka Stratejisi			Kurumsal İletişim		
İletişim Bilimleri	1	50	İletişim Bilimleri	2	28,57
Radyo Televizyon Sinema	-	-	Halkla İlişkiler ve Tanıtım	2	28,57
Halkla İlişkiler ve Tanıtım	-	-	Halkla İlişkiler	2	28,57
Halkla İlişkiler	1	50	Radyo Tv Sinema	1	14,28
Toplam	2	100	Toplam	7	100

Tablo 13' e göre marka stratejisi konulu tezlerden birisi İletişim Bilimleri, diğeri ise Halkla İlişkiler Anabilim Dalında hazırlanmıştır. Kurumsal reklam konulu tezlerin ise ikisinin İletişim Bilimleri, ikisinin Halkla İlişkiler, ikisinin Halkla İlişkiler ve Tanıtım, birinin ise Radyo Televizyon ve Sinema Anabilim Dalında hazırlandığı görülmektedir. Tablo 14'te marka stratejisi konulu hazırlanan lisansüstü tezlerin konularına ilişkin bulgular paylaşılmıştır.

Tablo 14: Lisansüstü Tezlerin Konularına İlişkin Bulgular (Marka Stratejisi)

Konu	Yüksek Lisans		Doktora		Toplam	
	f	%	f	%	f	%
Reklamcılık	2	14,28	-		-	
Halkla İlişkiler	2	14,28	-		-	
İletişim Bilimleri	2	14,28	-		-	
Bankacılık	1	7,14	-		-	
Kurumsal Kimlik	2	14,28	-		-	
Kurumsal Reklamcılık	1	7,24	-		-	
Kurum İmajı	1	7,24	-		-	
İmaj	1	7,24	-		-	
İşletme	2	14,28	-		-	
Toplam	14	100	-	-	-	0

Tablo 14'e göre marka stratejisi konulu tezlerin dizin ve konu içerikleri sırasıyla reklamcılık (2), halkla ilişkiler (2), iletişim bilimleri (2), kurumsal kimlik (2), işletme (1) kurum imajı (1), imaj (1), kurumsal reklamcılık (1) olarak belirtilmiştir. Kurumsal Reklam konulu tezlerin konu içerikleri Tablo 15'te verilmiştir.

Tablo 15: Lisansüstü Tezlerin Konularına İlişkin Bulgular
(Kurumsal Reklam)

Konu	Yüksek Lisans		Doktora	
	f	%	f	%
Reklamcılık	5	26,31	2	28,57
Halkla İlişkiler	5	26,31	2	28,57
İletişim Bilimleri	5	26,31	2	28,57
Radio ve Televizyon	1	5,26	-	-
İşletme	1	5,26	-	-
Kurumsal Reklamcılık	1	5,2 6	-	-
Bankacılık	-	-	1	14,28
İmaj	1	5,26	-	-
Toplam	19	100	7	100

Tablo 15'e göre kurumsal reklamcılık başlıklı tezlerin konu ve dizin içerikleri sırasıyla reklamcılık (5), halkla ilişkiler (5), iletişim bilimleri (5), radyo televizyon ve sinema (1), işletme (1), kurumsal reklamcılık (1), imaj (1) şeklindedir. Marka stratejisi konulu lisansüstü tezlerin araştırma yöntemleri Tablo 16'da verilmiştir.

Tablo 16: Kullanılan Araştırma Yöntemleri (Marka Stratejisi)

Araştırma Yöntemi	f	%
Nitel Analiz	1	50
Nicel Analiz	1	50
Genel Toplam	2	100

Tablo 16'ya göre marka stratejisi konulu lisansüstü tezlerden birisi nitel, birisi nicel yöntem kullanıştır. Kurumsal reklam konulu lisansüstü tezlerde kullanılan araştırma yöntemleri ise Tablo 17'de verilmiştir.

Tablo 17: Kullanılan Araştırma Yöntemleri (Kurumsal Reklamlar)

Araştırma Yöntemi	f	%
Nitel İçerik Analizi	3	%42,85
Karma	2	%28,57
Nicel	2	%28,57
Genel Toplam	7	%100

Tablo 17' ye göre kurumsal reklam konulu hazırlanan lisansüstü tezlerden üçü nitel analiz yöntemi, ikisi karma yöntem ve ikisi de nicel araştırma yöntemiyle hazırlanmıştır.

SONUÇ

Elde edilen bulgulara göre, marka stratejileri kapsamında iki yüksek lisans çalışması, kurumsal reklam alanında ise beş yüksek lisans çalışması bulunmaktadır. Marka stratejileri kapsamında doktora çalışmasının olmaması kurumsal reklam kapsamında ise iki doktora çalışmasının olması bu alandaki eksiklikler açısından dikkat çekmektedir. Sonuçlarımıza göre yayın yıllarına göre en eski çalışmanın 1996 yılında kurumsal reklamlar alanında yapıldığı görülmektedir. Marka stratejisi konulu yayımlanan toplam tez sayısı ikidir. Yayın derecelerine göre iki çalışmanın da yüksek lisans çalışması olduğu görülmektedir. Kurumsal reklam konulu yayımlanan toplam tez sayısı ise yedidir. Yayın derecelerine göre beş çalışma yüksek lisans, diğer ikisi ise doktora dereceli çalışmalardır. İzin durumlarına göre tezlerden beşi erişime açık, ikisi ise erişime kapalıdır. Tezler beş farklı Üniversite, dört farklı anabilim dalında yayımlanmıştır ve tezlerin tamamının yayım dili Türkçedir. Araştırmamızda dikkat çeken sonuçlardan birisi de marka stratejisi konulu tezlerin tamamının yüksek lisans düzeyinde olması ve doktora düzeyinde bu konuda herhangi bir çalışmanın olmamasıdır. Kurumsal reklam konulu tezlerin ise yedisi yüksek lisans ikisi doktora düzeyindedir. Marka stratejisi konulu tezlerden birisinin yazım dili Türkçe diğeri ise İngilizcedir. Kurumsal reklam konulu tezlerin (tamamı) yazım dili ise Türkçedir. Marka stratejisi konulu tezlerden birisi eğitim bilimleri enstitüsü, diğeri ise lisansüstü eğitim enstitüsünde hazırlanmıştır. Kurumsal reklam konulu tezlerin tamamı ise sosyal bilimler enstitüsünde hazırlanmıştır. Kurumsal reklam konulu tezlerin derecelerine göre sonucu ise tezlerden ikisinin doktora, beşinin yüksek lisans düzeyinde çalışıldığını

göstermektedir. Tezlerin hazırlandığı Üniversiteler kapsamında ulaşılan bulgular ise şu şekildedir:

Marka stratejisi konulu tezler İstanbul Gelişim Üniversitesi ve Gazi Üniversitesinde hazırlanmıştır. Kurumsal reklam konulu tezlerde ise tüm çalışmaların %50 sini oluşturan 4 tezin hazırlandığı Marmara Üniversitesi ile dikkat çekmektedir. Diğer tezler ise Sivas Cumhuriyet, Akdeniz ve Ege Üniversitesinde hazırlanmıştır. Marmara Üniversitesinin bu kapsamda yayınlanan akademik çalışmaların %50 sini oluşturmaları oldukça önemli bulgulardan birisidir. Nitekim marka stratejisi konulu ilk çalışmanın 2009 yılında Marmara Üniversitesinde yapılması benzer şekilde önemli bulgulardan birisidir. Bu kapsamda yapılan son araştırma ise 2022 yılında yapılmıştır. Kurumsal reklam konulu ilk araştırma ise 1996 yılında yapılmıştır. Bu tezleri yayım yıllarına göre sırası ile 2002, 2007, 2009, 2022 yılları takip etmektedir. Marka stratejisi konulu tezlerden birisinin danışman unvanı Prof. Diğer tezin danışman unvanı ise Dr. Öğr. Üyesidir. Kurumsal iletişim konulu lisansüstü tezlerden ikisinin danışman unvanı profesör, ikisinin doçent, birinin ise doktor öğretim üyesi olduğu görülmektedir. Marka stratejisi konulu tezlerden birisi İletişim Bilimleri, diğeri ise Halkla İlişkiler Anabilim Dalında hazırlanmıştır. Kurumsal reklam konulu tezlerin ise ikisinin İletişim Bilimleri, ikisinin Halkla İlişkiler, ikisinin Halkla İlişkiler ve Tanıtım, birinin ise Radyo Televizyon ve Sinema Anabilim Dalında hazırlandığı görülmektedir. Bu noktada marka stratejisi ve kurumsal reklam konularının iletişim bilimleri kapsamında çalışıldığı ancak multidisipliner bir alan olması nedeniyle diğer disiplinler (ekonomi, işletme, çalışma ekonomisi, iktisat, sanat tarihi) açısından çalışılmaması dikkat çeken bulgulardan birisidir. Ayrıca alan yazın açısından önemli birer eksikliklerdir.

Marka stratejisi konulu tezlerin dizin ve konu içerikleri sırasıyla reklamcılık (2), halkla ilişkiler (2), iletişim bilimleri (2), kurumsal kimlik (2), işletme (1) kurum imajı (1), imaj (1), kurumsal reklamcılık (1) olarak belirtilmiştir. Kurumsal reklamcılık başlıklı tezlerin konu ve dizin içerikleri sırasıyla reklamcılık (5), halkla ilişkiler (5), iletişim bilimleri (5), radyo televizyon ve sinema (1), işletme (1), kurumsal reklamcılık (1), imaj (1) şeklindedir. Bu sonuçlar benzer şekilde ilgili diğer disiplinler açısından bu konuların henüz çalışılmadığını doğrular niteliktedir.

Marka stratejisi konulu lisansüstü tezlerden birisi nitel, birisi nicel yöntem kullanılmıştır. Kurumsal reklam konulu hazırlanan lisansüstü tezlerden üçü nitel analiz yöntemi, ikisi karma yöntem ve ikisi de nicel araştırma yöntemiyle hazırlanmıştır. Kullanılan yöntemler dikkate alındığında araştırmaların nicel, nitel ve karma teknikleri dengeli biçimde kullanıldıkları söylenebilir. Özetleyecek olursak bu araştırmanın amacı ‘Marka Stratejileri ve Kurumsal Reklam’ konulu

lisansüstü tezlerin analiz edilmesi suretiyle bir durum analizi yapmaktı ulaşılan bulgular her iki konuda da alan yazında hem Yüksek Lisans hem de Doktora düzeyinde çalışmaların yetersiz olduğunu göstermektedir. Özellikle de araştırmaların sadece İletişim bilimleri kapsamında yapılması ve disiplinler arası bir perspektiften bakılmaması dikkat çeken önemli eksikliklerden birisidir. Araştırmamızın bu konudaki eksiklerin görülmesi ve ilişkili disiplinler açısından farkındalık oluşturacağı kanaatindeyiz.

REFERANSLAR

1. Ar, A. (2004). Marka ve Marka Stratejileri, İstanbul, Detay Yayıncılık.
2. Bahar, H. İ. (2009). Sosyoloji (Vol. 31). Usak Books.
3. Boyacı, S. & Demirkol, S. (2018). Türkçe eğitimi alanında yapılan doktora tezlerinin incelenmesi. *Ana Dili Eğitimi Dergisi*, 6(2), 512-531.
4. Ercan M.K., Öztürk, M.B., Demirgüneş K., Başçı E.S. ve Küçük Kaplan İ. (2010). Marka Değerinin Tespiti, İstanbul, İMKB Yayınları.
5. Ergül Güvendi, N. (2023). Türkiye’de İletişim Sosyolojisi Alanında Yapılan Çalışmaların Tematik Analizi. *Vankulu Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (11), 24-35. DOI: 10.55089/yyuvasad.1263661.
6. Ergül Güvendi, N., ve Ay, A. (2020). Postmodern Kadın İmgesi: Reklamda Cinsel Metalaşma Üzerine Bir Değerlendirme. *Iksad Kongre, Erzurum, Erzurum, Turkey*.
7. Ergül Güvendi, N. (2022). Bir Sembol Olarak Sanat ve Sanatkâr İlişkisi: İstiklal Marşı Mehmet Akif Ersoy Örneği. 2 Mart 2022 tarihinde Şanlıurfa’da düzenlenen Kabulünün 101. Yılında İstiklâl Marşı ve Milli Şairimiz Mehmed Âkif Ersoy Uluslararası Sempozyumu (pp.113-114). Şanlıurfa, Turkey.
8. Ergül Güvendi, N. (2022). Farklı Etnik Gruplara Mensup Türk Kadın Seçmenlerin Oy Verme Davranışlarında Eş ve Yakın Çevre Etkisi: Sivas İli Örneği. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, no.52, 269-282.
9. Ergül Güvendi, N. (2022). Seçmen Davranışları Konulu Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Analizi. *Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, vol.4, no.1, 65-71.
10. Fiske J. (2012). Popüler Kültürü Anlamak, Çev. Süleyman İrvan. İstanbul: Parşömen Yayıncılık.
11. <https://tez.yok.gov.tr/> adresinden 19 Mart 2023 tarihinde alınmıştır.
12. İTO (İstanbul Ticaret Odası), (2006). İşletmelerin Tüketici Odaklı Marka Stratejisi, İstanbul Ticaret Odası, İstanbul.
13. Kline, B. R. (2005). Principles and practice of structural equation modeling (Second edit). NY: The Guilford Press.
14. Küçük, R. (2005). Algılama Marka İmajı Marka Konumlandırma Kavramları, Yeditepe Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Eğitim Yönetimi ve Denetimi Yüksek Lisans Programı, Proje, İstanbul.

15. Marangoz, M. (2006). Tüketicilerin Marka Fonksiyonu Algılamaları ile Satın alma Sonrası Davranışları Arasındaki İlişki, D.E.Ü. İ.İ.B.F. Dergisi, 21(2), 107-128.
16. Meenaghan, T. (1995.) The Role of Advertising in Brand Image Development, Journal of Product & Brand Management, 4, (4), 23.
17. Murphy, K. R. (1990). Job performance and productivity. In K. R. Murphy & F. E. Saal (Eds.), Psychology in organizations: Integrating science and practice (pp. 157–176). Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
18. Nal, M. (2018). Hastanelerde acil yardım ve afet yönetimi. Ankara: Akademisyen Kitabevi.
19. Ören, K. ve Yüksel, H. (2012). Marka İşveren” Veya “İşveren Markası” Kavramı: Bu Kavramın İnsan Kaynakları Yönetimi Bağlamında Ve İşçi Devir Hızı Kapsamında Değerlendirmesi, Kamu-İş, 12(3), 31-52.
20. Pride, W.M. ve Ferrell, O.C. (2000). Marketing Concepts and Strategies. Houghton Mifflin Company, Boston, New York.
21. Reichert, T. (2004). Reklamcılığın Erotik Tarihi, Çev. Lidya Yazmacıyan–Vahit Bora. İstanbul: Güncel Yayıncılık.
22. Tek, Ö.B. (1997). Pazarlama İlkeleri, Türkiye Uygulamaları, Global Yönetimsel Yaklaşım, (Yedinci Baskı), Cem Matb, İstanbul.
23. Vuran, Y. ve Afşar, A. (2016). İşletmelerde Marka ve Marka Stratejileri. International Journal of Academic Values Studies, (7), 28-40.
24. Wang, Y. ve Tsai, C. (2014). The Relationship Between Brand Image and Purchase Intention: Evidence from Award Winning Mutual Funds. The International Journal of Business and Finance Research, 8(2), 27-40

37. Bölüm

Sosyal Yardım Kavramının Diğer Sosyal Politika Kavramlarıyla İlişkisi Üzerine

Taner BULUT¹

1 Dr. Öğr. Üyesi Adnan Menderes Üniversitesi- Nazilli İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi-Uluslararası İlişkiler Bölümü, Aydın, Türkiye,
(E-mail: taner.bulut@adu.edu.tr, bulutaner@hotmail.com), (ORCID ID: orcid.org/0000-0002-7267-4253),
(Researcher ID: 200591).

Özet

İnsan ve toplum kadar eski bir kavram olduğu düşünülen sosyal yardım, günümüz dünyasında en çok karşılaştığımız, etkin ve önemli kavramlardan biri olmayı sürdürmektedir. Aslında kendi başına bir kavram veya uygulama olarak dikkate alınmasının yanında, günümüz modern toplumsal yaşamı içinde çoğunlukla sosyal politika ve uygulamaları kapsamında ele alındığı da görülmektedir. Bu nedenle sosyal yardım kavramının, sosyal politika ve kapsamında yer alan diğer kavramlarla ilişkisinin tespiti önemli hale gelmiştir.

Çalışma, sosyal yardım kavramının hem kavramsal olarak hem de kapsamı ve uygulanması bakımından sosyal politika kapsamındaki diğer bazı kavramlarla ilişkisini tespit etmeyi ve bazı değerlendirmelerde bulunmayı amaçlamaktadır. Bu nedenle sosyal yardımın diğer ilişik kavramlarla benzerlikleri, farkları ve düzeyleri ile ayrıca kavramın yalnızca sosyal politika kavramı kapsamında mı, yoksa bağımsız biçimde mi ele alınacağı tartışılmaya çalışılmıştır. Çalışmada sosyal yardımın sosyal politika yanında sosyal dayanışma, sosyal adalet, yoksulluk/yoksullukla mücadele, refah devleti, sosyal devlet, sosyal demokrasi, sosyal hizmet, sosyal güvenlik, sosyal sigorta vb. gibi kavramlarla ilişkileri tespit edilerek değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Yardım, Sosyal Politika, Yoksulluk, Sosyal Devlet, Refah Devleti, Sosyal Hizmet, Sosyal Güvenlik, Sosyal Sigorta

Abstract

Social relief (assistance), which is thought to be a concept as old as people and society, continues to be one of the most effective and important concepts that we encounter most in today's world. In fact, besides being considered as a concept or practice on its own, it is seen that it is mostly handled within the scope of social policy and practices in today's developed modern social life. For this reason, it has become important to identify the relationship between the concept of social relief and social policy and other concepts within the scope of its.

The study aims to determine the relationship between the concept of social relief and some other concepts within the scope of social policy, both conceptually and in terms of its scope and implementation, and to make some evaluations. For this reason, it has been tried to discuss the similarities, differences and levels of social relief with other related concepts and whether the concept should be considered only be included in the scope of the concept of social policy or independently. In the study, the relationship of social relief, beside social policy, with the concepts such as social solidarity, social justice, poverty/fight against poverty, welfare state, social state, social democracy,

social service, social security, social insurance, etc. were determined and evaluated.

Keywords: Social Relief, Social Policy, Poverty, Social State, Welfare State, Social Service, Social Security, Social Insurance.

Giriş

Hem tarihsel uygulama dönemleri hem de ilgili olduğu temel diğer toplumsal kavramlar dikkate alındığında sosyal yardım kavramının diğer kavramlarla ilişkisine kısaca göz atmanın uygulamanın hangi yaklaşımla yapıldığının ve toplumsal ilişkisinin hangi kavramlarla kurulduğunun anlaşılmasına oldukça yararlı olacağı açıktır. Dünyadaki bazı önemli siyasal, sosyal, ekonomik, kültürel vb. gelişmelerin bu kavramlar ve uygulamalarda köklü bazı değişiklik ve kırılmalara yol açtığı göz önüne alındığında ise söz konusu ilişkilerin yerine göre ilgi, benzerlik ve farklarının ortaya konulması, sosyal yardım politikalarının uygulama alanlarının daha iyi tahlil edilebilmesine yardımcı olacaktır. Böylelikle devletlerin ve hükümetlerin ortaya koydukları uygulamaların bir değişiklik gösterip göstermediği, varsa nasıl değiştiği ve hangi teorik çerçeveye oturduğu kavramsal ve sosyolojik olarak daha anlaşılabilir olacaktır.

Hiç kuşkusuz, sosyal yardımlar da insan ve toplumlar kadar hatta daha doğru bir ifadeyle insanın toplumsallaşma tarihi kadar eskidir ve bulunduğu zaman ve zeminin şartlarına göre niteliksel bazı farklar ve değişiklikler gösterse de hala toplumsal yaşamın en önemli parçasından biri olmayı sürdürmektedir. Sosyal yardım kavramı, ilişik birçok kavramla çeşitli benzerlikler gösterse de önemli bazı farkları da söz konusudur. Sosyal yardım kavramının bizatihi kendisinin tanımlanması bile çeşitli yaklaşımlara göre farklılık gösterebilmektedir. Kavramın tanımlanması, içeriği, kapsamı ve tarihsel geçmişi başka çalışma/çalışmaların konusuna bırakılacak kadar geniş ve ayrıntılı olduğundan bu çalışma içinde ele alınmayacaktır¹. Çalışmanın ana konusu sosyal yardım kavramının gerek kavramsal olarak gerek kapsamı bakımından ve gerekse de uygulanması bakımından diğer bazı kavramlarla ilişkisi konusunda tespit ve değerlendirmelerde bulunmaktadır. Bu vesileyle çalışmanın ana sorusu, “sosyal yardım kavramının diğer ilişik kavramlarla benzerlik ve farkları var mıdır, varsa ne düzeydedir ve tespit edilebilir mi?”, şeklindedir. Bu ana problemin yanında kendisi de genellikle bir sosyal politika uygulaması olarak ele alınması

¹ Sosyal yardım kavramının tanımlanması, içeriği, kapsamı ve tarihsel geçmişi ile ilgili çok geniş bir literatür söz konusudur. Bu kaynakların bazıları bu çalışma boyunca kullanıldığı için ayrıca burada vermeye gerek duyulmamıştır. Kavramın tanımlanması, kapsamı ve farklı yaklaşımların bir arada ele alındığı bir çalışma bölümü için bkz.: Taner Bulut, *İnönü Dönemi T.C. Hükümetlerinin Sosyal Yardım Politikaları (1938-1950)*, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), İzmir: Dokuz Eylül Ün.-Atatürk İ.İ.T. Enstitüsü, 2014, s.s. 6-10.

bakımından, “sosyal yardımlar sadece sosyal politika kapsamında mı değerlendirilmelidir, yoksa aslında bu durumu aşan bir niteliğe mi sahiptir?” gibi bir başka soruya da cevap aranmaya çalışılmaktadır. Elbette ki sosyal yardım gibi birçok farklı alanla bir şekilde ilişki kurulabilecek geniş çaplı bir kavramın hangileriyle ilişkilendirileceği de sınırlandırılmalıdır. Böylelikle çalışmada sosyal yardım kavramının daha çok içinde bizzat kendisinin de olduğu sosyal politika kavramı ile sosyal dayanışma, sosyal adalet, yoksulluk/yoksullukla mücadele, refah devleti, sosyal devlet, sosyal demokrasi, sosyal hizmet, sosyal güvenlik, sosyal sigorta vb. gibi genellikle sosyal politika kapsamında ele alınan kavramlarla ilişkileri ele alınmaya çalışılmıştır.

Sosyal yardım kavramının, tarihsel gelişim sürecine bakıldığında en öncelikle “yardımseverlik” ve “hayırseverlik” kavramlarıyla ilişkilendirildikleri görülmektedir. Bu kavramlarla ilişkilerin ortaya çıkmasında inanç sistemleri ve dinlerin etkili oldukları bilinmektedir. Çünkü inanç istemleri ve dinlerde insanlar arası dayanışma olumlu görülen ve yapılması tavsiye edilen bir davranış biçimidir. Zaten “sosyal dayanışma” (social solidarity) kavramının temel ilkeleri yardımlaşma ve dayanışmadır. Sosyal dayanışmanın gerçekleşmesi için “yardımlaşma” ve “dayanışma” tavırları çoğunlukla bir arada kullanılan ve karşılıklı birbirlerini tamamlayan kavramlar olarak karşımıza çıkmaktadırlar. Bazı durumlarda ise bu iki davranışa, “paylaşma” davranışını da eklemek gerekebilir². İbn-i Haldun, insanların ancak dayanışarak hayatta kalabileceklerini, hatta yardımlaşmayla da besin gereksiniminden daha fazlasını bulabileceğini belirterek, bu iki kavramın insan tabiatı için şart olduğunu belirtmektedir³. Benzer görüşü, ünlü anarşist ve doğa bilimci Kropotkin’in de hararetle savunmaktadır⁴. Ancak ünlü Fransız sosyolog Emile Durkheim’in 1893 yılında yayınladığı *Toplumsal İş bölümü Üstüne* adlı eserinde üstüne basa basa belirttiği üzere özellikle dayanışmanın, toplumdan topluma değişiklik gösterdiğini ve her toplumun kendine özgü bir takım dayanışma çeşitlerinin

² Dayanışma, paylaşma ve yardımlaşmayı, insancıl kavramlar olarak gören bir çalışma için bkz.: Hanri Benazus, *En Büyük İnsancıl Özlem: Dayanışma, Paylaşma ve Yardımlaşma*, İstanbul: Bizim Kitaplar yay., 2009, (tüm çalışma), 294 s.

³ İbn-i Haldun, *Mukaddime*, Cilt: 1, (Çev.: Zakir Kadiri Ugan), İstanbul: Milli Eğitim ve Gençlik ve Spor Bakanlığı yay., Devlet Matb., 1986, s. 463.

⁴ Kropotkin, çalışması boyunca Malthus’un hayatta kalma mücadelesi ve Darwin’i tam anlamadıklarını düşündüğü Yeni Darwinciler’in gücünün hayatta kalacağı teorilerine karşı yanıtlar vermektedir. Bilindiği üzere Malthus, insan nüfusunun yiyecek arzından fazla olması sebebiyle dengenin ancak kıtlık, hastalık, savaş gibi nedenlerle güçsüzlerin elenmesi sonucu sağlanacağını iddia etmekteydi. Darwin ise rekabet ve hayatta kalma mücadelesinin güçlü türleri koruyup, güçsüzlerin eleneceğini ve bunun evrimin belirleyici faktörü olduğunu belirtmekteydi. Kropotkin her iki düşüncüyü, salt biyolojik temelli bularak eleştirmekte ve eşitlikçi, dayanışmacı ve özgür toplum düşüncesine toptan bir saldırı olarak değerlendirmekte ve yardımlaşma ve dayanışmanın türlerin hayatta kalması ve evrimleşmesi için gerekli ön koşul olduğunu belirtir. Pyotr Kropotkin, *Evrimin Bir Faktörü: Karşılıklı Yardımlaşma*, (Çev.: Işık Ergüden ve Deniz Güneri), İstanbul: Kaos yay., 2001, s.s. 6–7, 64–77 ve 259–264.

bulunduğunun saptanabileceğini, bu nedenlerle de dayanışmanın aslında tam bir toplumbilim konusu olduğunu ve söz konusu olduğu toplumla birlikte incelenebileceğini belirtmek gerekir⁵.

Kızılhaç gibi, Kızılay gibi sivil toplum örgütlerinin doğup gelişmesinde ve uluslararasılaşmasında yine yardımlaşma ve dayanışma temel etkindir. Kızılhaç'ın adından da anlaşılacağı üzere, kurum öncelikle Hristiyan toplumlara hizmet amacıyla kurulmuş bir örgüttür. 1860 yılında kurulan Yahudi hayırseverliği ile ilgili ilk akla gelen kurum “Alliance Israélite Universelle”dir (Evrensel Musevi Birliği)⁶. Her iki örgüt de dini yaklaşımlarla kurumsallaşmış ve yardımlar konusunda yardımlaşma ve dayanışmayı esas alarak en önemli ve etkin uluslararası sivil toplum kuruluşları haline dönüşmüş örgütler durumuna gelmişlerdir.

Bütün sosyal yardım ve sosyal hizmet uygulamalarında mutlaka toplum içinde meydana gelmiş adaletsizlik ve eşitsizliklerin azaltılması veya yok edilmesi amaçlanmaktadır. Bu da bizi “sosyal adalet” kavramına götürür ki, sosyal yardımlarla sosyal adalet arasında doğrudan bir ilişki söz konusudur. Sosyal adalet ilkesi temelde ekonomik, sosyal ve kültürel dengesizliklerin giderilmesini öngörmektedir. Adalet ve eşitlik ilkelerine rağmen uygulamada ırk, milliyet, sınıf, sosyal statü, cinsiyet, dil, din, mezhep, parti, bölge, şehir (hemşerilik), aşiret ve akrabalık gibi unsurlar ayrımcılığın gerekçesi olarak kullanılabilmektedir. Sosyal yardımlar uygulanırken hiçbir şekilde ayrımcılık yapılmamalı, sosyal yardımlardan faydalanacak kişilerin “sosyal haklar” bakımından eşit olduğu ve bunun insan haklarının ayrılmaz bir parçası olduğu unutulmamalıdır.

Sosyal yardımların diğer sosyal politika kavramlarıyla ilişkilerine ayrıntılı biçimde göz atmadan önce ayrıca kısaca “kurumsal sosyal sorumluluk” kavramına bakılabilir.⁷ Günümüzde özel nitelikli sosyal yardımlarla ilgili bir durum söz konusu olduğunda artık bu kavramla sıkça karşılaşılmaktadır. Kapitalist liberal ekonominin küresel hale dönüşmeğe başladığı 21. yüzyıla birlikte çok uluslu şirketlerin öncülük ettiği yeni bir hayırseverlik anlayışın geliştiği görülmektedir. “Kurumsal sosyal sorumluluk” adı verilen bu yeni uygulama biçimi, artık yerel ölçekli şirket çalışmalarının da bir parçası haline

⁵ Orhan Hançerlioğlu, *Toplumbilim Sözlüğü*, İstanbul: Remzi Kitabevi yay., 1986, s. 83.

⁶ Alliance Israélite Universelle, 1860 yılında Fransa Yahudileri tarafından Yakındoğu’da yaşayan Yahudilerin örgütlenebilmesi, ihtiyaçlarının giderilmesi ve yardım edilmesi için kurulmuş bir birliktir. Fransızca eğitim veren okul ve sosyal kurumlar açmasıyla tanınmaktadır. Birliğin kuruluş süreci hakkında bkz.: Nora Seni, *Oryantalizm ve Hayırseverliğin İttifakı*, (Çev.: Elif Ertan), İstanbul: Yapı Kredi yay., 2009, s.s. 124–129.

⁷ “Kurumsal sosyal sorumluluk” kavramı hakkında derleme bir çalışma için bkz.: Coşkun Can Aktan (Ed.), *Kurumsal Sosyal Sorumluluk: İşletmeler ve Sosyal Sorumluluk*, İstanbul: İktisadi Girişim ve İş Ahlakı Derneği (İGIAD) yay., 2007, 160 s.

gelmişlerdir.⁸ Kimi zaman reklam amaçlı olsa da devletin yanında özel sektörün de yardımlaşma ve dayanışma faaliyetlerinin içinde gönüllü biçimde yer aldıkları görülebilmektedir. Kurumsal sosyal sorumluluk projeleri ile sosyal yardımların yeni bir döneme kapı araladığını da belirtmek gerekir. Bu tarz projeler, sosyal yardım anlayışının hangi yöne kayacağını ve bu sosyal politikanın mevcut küresel ekonomik durum devam ettiği sürece nasıl bir yöne doğru evrileceğinin işaretlerini vermektedir.

Sosyal Yardım-Sosyal Politika İlişkisi

Sosyal yardımların bir politika olarak ele alınması ve uygulanması dikkate alındığında bu konularda genel teorinin çerçevesini çizen ana kavram olarak “sosyal politika” kavramı karşımıza çıkmaktadır. Sosyal politika kavramını tanımlamadaki zorluk ve tartışmaları bir kenara bırakarak, dinamik bir gelişmeye sahip olması nedeniyle ve sosyo-ekonomik değişimlerin etkisiyle kavramın tanımının da sürekli genişleyerek değiştiğini belirtmeliyiz. Bu durum, sosyal yardımlar için de aynen geçerli olmakta ve bu politikanın uygulanmasındaki nitelik ve biçimlerini de doğrudan etkileyebilmektedir.

Sosyal politikalar, piyasa ekonomisinin sosyal adalet ve eşitlik ilkelerinde yarattıkları tahribatları azaltmaya yönelik ortaya çıkmış bir kavramdır ve sanayileşme sonrasında gelişme göstermiştir. Her toplumun sosyal politika anlayışı kendine özgüdür. Günümüzde artık sosyal politikalar sadece müşkül durumda olan ihtiyaç sahipleri için değil, toplum içindeki tüm vatandaşların sosyal gereksinmelerinin karşılanmasında kullanılan bir yöntem dönüşmüştür. Sosyal politika modern anlamıyla “*merhametten çok adalet düşüncesine*” ve “*lütufthan çok hak temeline*” dayanmaktadır. Dolayısıyla da bu uygulamalar, “*gönüllü, gelip geçici ve dar kapsamlı*” olmaktan çok “*kalıcı ve yaygın*” uygulamalardır⁹. Meryem Koray’ın modern sosyal politikayı tarif ederken kullandığı nitelemelerin sosyal yardımlar için de aynen geçerli olması gerektiği ortadadır.

Sosyal yardımlar, sanayi devrimi sonrası dikkate alındığında daha çok kapitalist ekonomi düzenlerinde sınıflar arasındaki farkları ve mücadeleleri azaltmaya ve yapılabilsen yok etmeye yönelik çabalarla¹⁰ mevcut düzeni iyileştirerek sürdürmeye yönelik olarak ortaya çıkan “sosyal siyaset”¹¹ (sosyal

⁸ Türkiye’de kurumsal sosyal sorumluluk kavramının karşılaştırmalı bir tarihçesiyle ilgili bir çalışma için bkz.: Ozan Nadir Alakavuklar, Selcen Kılıçaslan ve Engin Bağış Öztürk, “Türkiye’de Hayırseverlikten Kurumsal Sosyal Sorumluluğa Geçiş: Bir Kurumsal Değişim Öyküsü”, *Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 9/2, 2009, s.s. 103-143.

⁹ Meryem Koray, *Sosyal Politika*, (2. Baskı), Ankara: İmge Kitabevi yay., 2005(a), s. 34.

¹⁰ Meryem Koray, *Avrupa Toplum Modeli*, (2. Baskı), Ankara, İmge Kitabevi yay., 2005(b), s. 10.

¹¹ Orhan Tuna ve Nevzat Yalçıntaş, *Sosyal Siyaset*, İstanbul: Filiz Kitabevi, 1994, s. 29 ve ayrıca bkz.: “Sosyal Siyaset” Maddesi, *Türkiye Sendikacılık Ansiklopedisi*, Cilt: 3, İstanbul: Tarih Vakfı yay., 1998, s. 90.

politika) konusunun önemli alanlarından da biridir. Bu durum, aynı zamanda dar anlamdaki sosyal politikayı karşılık gelmektedir.¹² Dönemi sanayi devrimini temel almadan genişlettiğimizde ise, yani toplumsal mücadele tarihinin tümü göz önüne alındığında kapitalist sistemlerdeki sınıf alanları dışına taşarak diğer bütün sosyal sınıf ve grupların problemlerini konu edinmektedir ki, bu yaklaşım geniş anlamda sosyal politikanın¹³ tarifine girmektedir. Bu nedenle de sosyal yardımlar, toplumsal tarihin birikimleri sonucunda ortaya çıkan günümüz sosyal sorunlarının giderilmesinde sosyal devletlerin ürettikleri sosyal politikaların önemli parçalarından biri haline dönüşmüşlerdir. Bu açıdan günümüzde sosyal yardımların sınıf, sosyal statü, ekonomik, toplumsal, siyasal, hukuksal v.b. olarak fark etmeksizin dünya üzerinde yaşayan bütün toplumların, diğer bir deyişle tüm insanlığın sorunlarının en azından bir kısmını gidermede kullandıkları ana yöntemlerden biri olmuştur.

II. Dünya Savaşı sonrasında gelişen yeni ekonomik düzenlerde sosyal yardımlar, gelir dağılımı politikasının başlıca araçlarından biri olmuştur. Kullanılan gelir dağılımı yöntemi ile doğrudan doğruya yardım ve sosyal hizmetler aracılığıyla yapılan düzenlemeler ve sosyal güvenlik sistemlerinin yaygınlaştırılması ve geliştirilmesi gibi yöntemler sosyal politikanın temel araçlarından sayılmaktadır.

Sosyal politika, kalkınma ve planlamanın en önemli unsurlarından biri olmuştur. Sosyal politika dolayısıyla sosyal yardımlar da kalkınma ve planlamanın kapsamına alınmıştır. Örneğin Türkiye’de 1960’lardan sonra uygulamaya konulan kalkınma planlarıyla birlikte, sosyal yardımların sosyal politika planlamasının önemli bir parçası haline dönüştüğü görülmektedir.¹⁴ Kalkınma planları açısından sosyal politikanın hedefleri: sosyal gelişme, sosyal barış, sosyal denge ve sosyal bütünleşme şeklinde sıralanmaktadır¹⁵.

Sosyal Yardım-Yoksulluk/Yoksullukla Mücadele İlişkisi

Sosyal yardımın diğer sosyal politika kavramlarıyla ilişkisi ele alındığında karşımıza çıkan en önemli kavramlardan biri ise “yoksulluk” ve “yoksullukla mücadele”dir. Çünkü sosyal yardım politikalarının belirlenmesinde temel faktör genellikle yoksulluk ve yoksullukla mücadele olmuştur. Sosyal yardım

¹² Cahit Talas, *Türkiye’nin Açıklamalı Sosyal Politika Tarihi*, Ankara: Bilgi yay., 1992, s. 15.

¹³ Geniş anlamda sosyal politika kavramı için bkz.: A. Erdal Sargutan, *Sosyal Politika Bilimi*, Ankara: Hacettepe Ün. Yay., 2006, s.s. 5–7 ; Ali Seyyar, *Sosyal Güvenlik Terimleri (Ansiklopedik Sözlük)*, İstanbul: Beta Basım yay., 2002, s.s. 544–546; Koray, a.g.e., (2005a), s.s. 27–29 ve Talas, a.g.e., (1992), s.s. 15–16.

¹⁴ Bkz.: T.C. Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilâtı, *Kalkınma Planı (Birinci Beş Yıl) 1963–1967*, Ankara: DPT yay., 1963, s.s. 106–112 ve 423–425.

¹⁵ Tuna ve Yalçıntaş, a.g.e., s. 208–212.

politikalarının hedef kitlesinin en başında yoksullar yer almaktadır. Bir anlamda sosyal yardımların, yoksulluğu ve yoksulları anımsattığı söylenebilir.¹⁶

Bireylerin ekonomi ve toplum yaşamının içinde yer alması, onu, yaşamı ve diğer ihtiyaçları için zorunlu olarak bir gelir–gider döngüsü içine sokmaktadır. Bu döngü içinde ne miktarda paya sahip olunduğu, kişinin toplumsal yerini gösteren bir ölçüt haline dönüşebilmiştir. Bu bakımdan zengin/yoksul olma, gelir dağılımının adaletli/adaletsiz dağılımı ve ortalama yaşam standardının altı/üstünde kalma gibi döngüler, kaçınılmaz sonuç olarak kişiyi birileri karşısında sosyal yardımlara ihtiyaç duyma ve sosyal yardımlardan faydalanmaya mecbur kalma durumuna sokmaktadır. Bu nedenle denilebilir ki, sosyal yardım kavramıyla yoksulluk kavramı ortak bir geçmişe sahip olup, sebep ve sonuç ilişkisi açısından ayrılmaz bir bağa sahiptirler.

Yoksulluk en genel tanımıyla, insanların beslenme gibi temel fizyolojik ihtiyaçlarını ve barınma, giyim, eğitim gibi diğer ihtiyaçlarını karşılayamadıkları veya bunları karşılayabilir durumda olsalar bile gelir dağılımındaki eşitsizlikler nedeniyle genel standardın altında kaldıkları durumdur.

Yoksulluk türleriyle ilgili çok fazla sayıda yaklaşım vardır; ancak burada en temel iki yoksulluk türünü tanımlamakla yetineceğiz. Başlıca iki farklı tanımlama “mutlak yoksulluk” ve “görelî yoksulluk” tanımlamalarıdır. Mutlak yoksulluk, asgari bir seviyede gıda ve diğer temel ihtiyaçları satın almak için gerekli harcamaları¹⁷; görelî yoksulluk ise her ülkeye göre değişen, bir toplumun günlük yaşamına katılmanın maliyetini gösteren miktardır. İkisinin aynı denklem içinde ifadesine de “karma yoksulluk” denilmektedir.¹⁸

Yoksulluğun tarihsel gelişiminde bakış açısını belirleyen “Ortodoks” ve “alternatif eleştirel” görüş olmak üzere iki temel yaklaşım vardır. Ortodoks görüşe göre yoksulluk, insanların temel ihtiyaçlarını karşılayamadığı ve yiyecek alacak maddi imkânın olmaması durumudur. Tamamen materyal (maddi) bir bakış açısı mevcuttur. Alternatif eleştirel görüşe göre ise yoksulluk, insanların maddi ve manevi ihtiyaçlarını kendi çabalarıyla karşılayamadıkları bir

¹⁶ Musa İkizoğlu, *Yoksulluk ve Sosyal Yardım İlişkisi: Ankara Mamak İlçesinde Ampirik Bir Araştırma*, Ankara: Hacettepe Ün. S.B.E. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), 2000, s. 1. Sosyal yardım ve yoksullukla ilgili alıntı yaptığımız bu çalışma dışında aynı yazarın başka bir çalışması için yine bkz.: Musa İkizoğlu, “Türkiye’de Yoksulluk ve Sosyal Yardım Uygulamalarının Bugünkü Durumu”, *İnsani Gelişme ve Sosyal Hizmet (Prof. Dr. Nesrin Koşar’a Armağan)*, (Yay. Haz.: Kasım Karataş ve Çiğdem Arıkan), Ankara: Hacettepe Ün. Sosyal Hizmetler Yüksek Okulu yay., 2001, s.s. 161-169.

¹⁷ Günümüzde mutlak yoksulluk sınırlaması günde bir dolarlık (1 USD) kişi başına gelir düzeyiyle ifade edilmektedir.

¹⁸ Ahmet İnsel, “İki Yoksulluk Tanımı ve Bir Öneri”, *Toplum ve Bilim*, Sayı: 89, (Yaz/2001), s.s. 64–65.

durumdur.¹⁹ Maddi ihtiyaçlar yanında değer yargıları, toplumun ortak değerleri v.b. manevi ihtiyaçlar da söz konusudur.²⁰

Yoksulluğun sebebi daha çok ekonomik ve siyasi faktörler olarak görünse de sonuçları itibarıyla daha çok sosyal bir problem olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Toplumsal düzeyde kaynakların, hizmetlerin ve gücün dağılımındaki eşitsizliklerin bir sebebi olarak ortaya çıkan yoksulluk, yanlış kamu politikaları, kaynakların hatalı kullanılması, siyasi iradenin yetersizliği ve yanlış tutumlar nedeniyle bir sonuç olarak ortaya çıkabilmektedir. Bireyler düzeyinde, kişilerin standart bir yaşama ulaşmak konusunda gerekli kaynak, beceri ve fırsatlara erişememeleri yoksulluğu doğurmaktadır. Bu eşitsizlikler, toprak, sermaye, altyapı, piyasalar, kredi, eğitim, enformasyon, uluslararası ticaret, kamusal alan v.b. gibi birçok alanda söz konusu olmaktadır. Dolayısıyla da yoksulluk kolayca yaygınlaşabilmekte ve yoksullukla mücadelede zorluklar yaşanmaktadır.

Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde çarpık kentleşme ve şehirlerin kapasitelerinin üzerinde büyümesi beraberinde kalıcı ve geçişken bir yoksulluk türü getirmektedir. “Nöbetleşe yoksulluk” olarak adlandırılan bu yoksulluk kavramı ile eşitsiz güç ilişkileri temelinde, kentli yoksul kesim içinde bir grubun diğerlerinin üzerinden zenginleşmesi ve refaha ermesi betimlenmektedir.²¹ Nöbetleşe yoksullukla, yoksulluğun kente daha sonra gelen kuşaklara aktarıldığı döngüsel bir sistemin oluşması anlatılmak istenmektedir. Cumhuriyet’in kurulmasından sonra kentleşmede yaşanan bu sorun Cumhuriyet hükümetlerinin sosyal politikalarını belirlemelerinde rol oynamıştır. Dolayısıyla sosyal yardım uygulamalarının büyük kentlerde yoğunlaşmasında bu durumun büyük etkisinin olduğunu belirtmek gerekir.

Yoksullukla mücadele sosyal politikanın en önemli problem alanlarından biridir. Sosyal yardımlar, tarihin her döneminde yoksulluğa karşı bir mücadele aracı olarak kullanılmış, bundan sonra da kullanılmaya devam edeceği öngörülebilmektedir. Özellikle devletin yoksullara yönelik yapmış oldukları sosyal yardımlar mücadelede çok önemli yer teşkil etmektedir. Yoksullukla mücadelede asli görev öncelikle devletlere düşmektedir. Gelişmiş ülkelerin devlet yardımları ile yoksulluğu yenebildikleri gözlenebilmektedir. Küreselleşmeyle birlikte, yoksulluğun yerellikten çıkarak küresel bir hale

¹⁹ John Baylis ve Steve Smith (Eds.), *Globalization of World Politics*, Oxford: Oxford University Press, 2001, s.s. 561–563.

²⁰ Artık yoksulluk tanımı, yalnızca gelir yoksulluğuyla sınırlandırılan kavram olmaktan çıkarak, mahrumiyet (yoksunluk) anlamında da tanımlanmaktadır. Hayatta kalmaktan, asgari yaşam koşullarından, sosyal yaşamdan, bilgiden mahrumiyet gibi çeşitli unsurlar da yoksulluk kapsamında ele alınmaya başlamıştır. Bkz.: World Bank, *World Development Report 2000/2001: Attacking Poverty*, Washington: World Bank, 2000.

²¹ Oğuz Işık ve M. Melih Pınarcıoğlu, *Nöbetleşe Yoksulluk: Sultanbeyli Örneği*, (2. Baskı), İstanbul: İletişim yay., 2002, s. 40.

dönüştüğü bir dönem yaşanmaktadır.²² Doğal olarak yoksulluğun küreselleşmesine karşı mücadele eden aktörler de değişmeye başlamış, uluslararası ve uluslarüstü örgütler, devletlerin bile üzerinde bir rol üstlenerek yoksullukla mücadele için sosyal politika üreten ve uygulayan ana kurumlar haline dönüşmüşlerdir.²³

Sistemin zararlarından yoksul kesimlerin etkilenmemesi veya etki düzeyini minimumda tutmak için devletlerin gerekli siyasal, sosyal, ekonomik, yapısal ve hukuksal önlemler alması gerekmektedir. Yoksullukla mücadelede kısa süreli ve geçici önlemler yerine, kalıcı ve makro çözümler getirilmeli; bunun için de öncelikle barınma, eğitim, sağlık ve sosyal güvenlik hizmetlerinden yoksul kesimlerin ücretsiz faydalanmasına yönelik adımlar atılmalı ve iş olanakları yaratılmalıdır. Siyasi otoritelerin yoksulların yaşamlarının iyileştirilmesine yönelik bireysel yardımlar yapmaları yerine, gerekli kaynaklara ulaşma becerilerinin geliştirilmesine yönelik sosyal hizmet politikaları yürütülmeleri daha öncelikli olmalıdır. Gelir düzeyleri asgari geçim sınırının altında kalan yoksul vatandaşlar için sosyal yardım standartlarının belirlendiği yapısal ve hukuki ulusal düzenlemeler ihtiyaç vardır. Politika yürütücüleri ancak bu şekilde yoksul insanlara yaşamlarını sürdürmek ve geliştirmek için daha uygun fırsatlar sunabileceklerdir.²⁴

Sosyal Yardım-Refaf/Refah Devleti İlişkisi

Sosyal yardım ve sosyal hizmet kavramlarının gelişmesinde refah ve refah devleti anlayışının etkisi çok olmuştur. Refah devletleri, tüm vatandaşlarına asgari yaşam standardının gereklerini temin eden, fırsat eşitliği ve sosyal hakları korumaya yönelik sorumluluklar yüklenen; kamu harcamalarının eğitim, sağlık, konut, çevrenin korunması, altyapı, işsiz ve kimsesizlere yardım gibi yatırım alanlarına kaydırılması için bilinçli politikalar üreten; tam istihdamın sağlanmasını hedef edinen ve bu çerçevede politikalar uygulayan ve tüm bu hakların ve adımların hukuk yoluyla güvence altına alındığı devletlerdir.

²² Yoksulluk, gelişmiş ülkeler için de çok önemli bir sosyal sorundur. A.B.D. gibi ülkelerde kendine özgü bir yoksulluk tipi gelişebilmektedir. Daha ayrıntılı bilgi için bkz.: Michael Harrington, *The New American Poverty*, New York: Holt, Rinehart and Winston pub., 1984; David S. Landes, *The Wealth and Poverty of Nations*, New York: W. W. Norton pub., 1998 ve D. Stanley Eitzen ve Maxine Baca Zinn, *Social Problems*, (5th Edition), Boston: Allyn and Bacon pub., 1992, s.s. 145-175.

²³ Uluslararası Çalışma Örgütü ve Birleşmiş Milletler, bu konudaki temel iki örgüt olmakla birlikte Dünya Bankası, IMF gibi uluslararası finans örgütleri yoksullukla mücadele için çeşitli programlar yürütmektedirler. Ancak bu programları yanlış hazırlamaları ve hatalı uygulanmaları yoksulluğun küreselleşmesine neden olabilmektedir; bkz.: Michel Chossudovsky, *Yoksulluğun Küreselleşmesi*, (Çev.: Neşenur Domaniç), İstanbul: Çivi Yazıları yay., 1999, s.s. 37-38.

²⁴ Şengül Hablemitoğlu, Emine Gönen ve Emine Özmete, “Yoksulluk ve Sürdürülebilir Yaşam Kalitesi İçin Sosyal Hizmetler”, <http://www.geocities.com/hablemitoglu/yoksulluk.htm> (Erisim: 24 Nisan 2006).

1940’lardan itibaren sosyal refahı sağlama sorumluluğu neredeyse tamamen devletlere yüklenmeye başlamıştır²⁵. Bu nedenle, 1942 yılında kabul gören Beveridge Tasarısı, refah devletlerinin gelişmesi ve altın çağının başlamasını simgelemektedir.²⁶ Ancak refah devleti anlayışı sosyal demokrasi ve sosyal devlet anlayışı kadar eski bir kavramdır²⁷. 19. yüzyılın sonlarından itibaren Bismarck Almanya’sında fikri temelleri atılmış ve II.D.S. ve sonrasında ülkelerin temel sosyal politika hedefi haline gelen uygulama 1970’lerdeki petrol krizinden sonra cazibesini yitirmeye başlamıştır.

Refah devletlerinin sınıflandırılması konusunda en yaygın kabul gören yaklaşım Danimarkalı sosyolog Gøsta Esping-Andersen’in üçlü refah devleti rejimi modelidir. Birey, devlet ve piyasa üçgeninde şekillenen bu üç modelden ilki, A.B.D. ve İngiltere gibi ülkelerin temsilcisi olduğu özgür bireyi ve serbest piyasayı esas alan “liberal refah devleti modeli”; ikincisi, Almanya, Fransa, Hollanda, Belçika gibi ülkelerde görülen, sosyal desteğe dayalı ve muhafazakâr nitelikli kıta Avrupası modeli olan “korporatist-devletçi refah devleti modeli”; üçüncü ve son model ise İsveç, Norveç, Danimarka ve Finlandiya gibi İskandinav ülkelerin öncüsü olduğu eşitlikçi dağılım ve bölüşümü amaçlayan “sosyal demokrat refah devleti modeli”dir. Bu son modelin bir diğer adı da “İskandinav refah devleti modelidir.”²⁸ Elbette ki, Esping-Andersen’in modellemesinin refah devletleriyle ilgili bütün rejimleri sınıflandırdığını iddia etmek mümkün değildir. Zira Esping-Andersen, modellemesine sonradan bir sınıf daha ekleyerek İtalya, İspanya, Yunanistan gibi ülkeleri örnek gösterdiği “Akdeniz refah devleti modeli”ni²⁹ de dördüncü model olarak belirlemiştir. Dolayısıyla Güney Avrupa ve Uzakdoğu ülkeleriyle bazı gelişmekte olan ülkelerin geliştirdikleri özgün refah rejimlerini de ayrı sınıflar olarak değerlendirmek mümkündür.³⁰

Refahın arttırılması, politik bir hedef olmakla birlikte ihtiyaçların karşılanmasına bağlı olarak gerçekleştirilmektedir. Dolayısıyla refah politikaları

²⁵ Gordon Marshall, *Sosyoloji Sözlüğü*, (Çev.: Osman Akınhay ve Derya Kömürcü), Ankara: Bilim ve Sanat yay., 1999, s. 615 (“Refah Devleti” Maddesi).

²⁶ Pierre Rosanvallon, *Refah Devleti’nin Eleştirisi*, (Çev.: Burcu Şahinli), Ankara: Dost Kitabevi yay., 2004, s.s. 123–124.

²⁷ Refah devleti kavramının tarihsel gelişimi için bkz.: Süleyman Özdemir, *Küreselleşme Sürecinde Refah Devleti*, (2. Baskı), İstanbul: İstanbul Ticaret Odası yay., 2007, s.s. 176–218.

²⁸ Esping-Andersen’in üçlü refah devleti modellemesini geliştirdiği çalışması için bkz.: Gøsta Esping-Andersen, *The Three Worlds of Welfare Capitalism*, Princeton–New Jersey: Princeton University Press, 1990, 260 s.

²⁹ “Güney Avrupa Refah Modeli” de denilen bu refah devleti hakkında ayrıca bkz.: Pınar Günel, *Avrupa Birliği’nin Sosyal Politikası Çerçevesinde Güney Avrupa Sosyal Devlet Modeli ve Türkiye*, (Yayınlanmış Sosyal Yardım Uzmanlık Tezi), Ankara: T.C. Başbakanlık Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Genel Müdürlüğü (SYDGM) yay., 2009, 127 s. ve Maurizio Ferrera, “Sosyal Avrupa’da Güney Avrupa Refah Modeli”, *Sosyal Politika Yazıları*, (Der.: Ayşe Buğra ve Çağlar Keyder), İstanbul: İletişim yay., 2006, s.s. 195–230.

³⁰ Refah devleti türleri ve sınıflanması için bkz.: Özdemir, *a.g.e.*, s.s. 121–160 ve 468–470.

temelde bireyin ya da toplumun ihtiyaçlarının karşılanmasını amaç edinen bir politika türü olup, bu nedenle aslında daha çok sosyal politikanın alanında yer alma eğilimindedir. Bu ihtiyaçlar, elbette ki asgari yaşam (geçim) düzeyini değil, toplum içinde makul bir yaşam standardını karşılamayı hedefleyen ihtiyaçlardır.³¹ Kolektivist bir yaklaşımla refah yardımlarının, seçici bir şekilde sadece belirli ihtiyaç sahiplerine değil, genel olarak toplumdaki tüm ihtiyaç sahiplerine hatta tüm bireylere gerektiği oranda yapılmasının daha olumlu bir yaklaşım olduğu düşünülmektedir.³² Dolayısıyla da refah ve refah devleti kavramlarının, ihtiyaçların karşılanması noktasından hareketle sosyal yardımlarla doğrudan ilişkili kavramlar olduğu söylenebilir.

Refah devletlerinin sosyal yardımlara yaklaşımlarıyla ilgili geliştirdikleri sosyal politikalara kısaca göz atacak olursak³³, A.B.D. ve İngiltere'nin başını çektiği Anglosakson ülkelerin temsil ettiği liberal refah devletlerin, piyasaya müdahaleyi asgari ölçülerde tutan ve piyasayı güçlü kılmaya yönelik, devletin nihai noktada devreye girdiği, sosyal yardımların sosyal güvenlik sistemlerinin tamamlayıcısı olduğu, ayni ve nakdi yardımları ise sosyal hizmet alanının bir alt unsuru olarak ele aldıkları bir sosyal yardım politikası yürüttüklerini görmekteyiz. Kıta Avrupası refah devletlerinde sosyal yardımlar ise devletin, sınıflar, vatandaşlar ve piyasa ile birlikte ortaklaşa geliştirdiği bir programın parçası olup, bu nedenle "*korporatist*"³⁴ bir nitelik göstermektedir. Devlet, ortaklığın kamusal destek görevini yerine getiren bir organı gibi çalışmakta, refah ve sosyal destek için bütün vatandaşlarına ayırım gözetmeksizin sosyal yardım hizmeti sunmaktadır. Bu tipteki refah devletlerinde sosyal yardımlar hem kendi başına kurumlar aracılığıyla hem de sosyal güvenlik sisteminin tamamlayıcı bir parçası olarak karma bir yapıyla uygulanmaktadır. İskandinav ülkelerinde görülen sosyal demokrat refah devleti modelinde ise sosyal yardımlar, eşitlik, evrensellik, dayanışma, katılım, denge gibi ilkelere dayanmaktadır³⁵. Dolayısıyla sosyal yardımlar, temel insan haklarından bir sayılmakta ve bu hizmetlerden yararlanmak için vatandaş olmak ve tüm vatandaşların eşitliği ilkesi yeterli görülmektedir.³⁶

³¹ Marshall, *a.g.e.*, s. 614.

³² Marshall, *a.g.e.*, s. 645.

³³ Sosyal sorunlar karşısında refah devletlerinin geliştirdikleri sosyal politika ve sosyal yardım çözümleri hakkında özlü çalışmalar için bkz.: Gösta Esping-Andersen, "Toplumsal Riskler ve Refah Devletleri", *Sosyal Politika Yazıları*, (Der.: Ayşe Buğra ve Çağlar Keyder), İstanbul: İletişim yay., 2006, s.s. 33-54 ve Ian Gough, "Güney Avrupa'da Sosyal Yardım", *Sosyal Politika Yazıları*, (Der.: Ayşe Buğra ve Çağlar Keyder), İstanbul: İletişim yay., 2006, s.s. 231-260.

³⁴ Abdülkadir Şenkal, *Küreselleşme Sürecinde Sosyal Politika*, (3. Baskı), İstanbul: Alfa Basım yay., 2011, s.s. 277-278.

³⁵ Faruk Taşçı, *Sosyal Politikalarda Can Simidi: Sosyal Yardım*, İstanbul: Nobel yay., 2010, s.s. 77-79.

³⁶ Refah devletlerinde sosyal yardımlar hakkında ayrıntı için bkz.: Koray, *a.g.e.*, (2005b), 409 s.; Özdemir, *a.g.e.*, s.s. 87-104 ve Taşçı, *a.g.e.*, s.s. 73-83.

Ancak klasik iktisadın en önemli teorisini Adam Smith'in, sorunların piyasa şartlarının içinde kendiliğinden çözüleceğini öngören yaklaşımının yanında *"fırtınaların çoğunun yoksul ve perişan olduğu hiçbir toplumun refah içinde ve mutlu olmasının söz konusu olamayacağı"*³⁷ şeklindeki tespitini de refah devletinin yoksullukla mücadelede ve dolayısıyla da sosyal politika üretmede bazen yaşayabileceği çaresizliğin bir ifadesi olarak not etmek gerekir.

Sosyal Yardım-Sosyal Devlet İlişkisi

Refah devleti anlayışının cazibesini yitirmeye başlaması sonrasında sosyal devlet anlayışının daha da önem kazandığı görülmüştür. Sosyal devletler aslında, başta ekonomik ve sosyal alanlarda olmak üzere devletin planlama, düzenleme ve gerektiğinde piyasaya aktif müdahale ile vatandaşlarına yönelik sosyal adalet ve sosyal güvenlik sağlayıcı politikalar geliştiren bir nevi refah devletleridirler. Bu bakımdan sosyal devlet kavramının refah devleti anlayışından daha gelişmiş ve daha rasyonel olduğu söylenebilir.

Başka bir ifadeyle sosyal devletler, vatandaşların en adil ve eşit biçimde sosyal haklardan karşılıksız ve koşulsuz yararlanabildiği devletlerdir. Bu bakımdan sosyal devlet ilkesi gözetilirken ihtiyacı olan herkesin hiçbir ayırım yapılmadan sosyal yardım uygulamalarından eşit biçimde faydalanabilmesi temel amaçlardan biri olarak öngörülmektedir. Bir devletin yeterince sosyal devlet olup olmadığı, uygulamaya konulan politikaların vatandaşlarına ne kadar adil ve eşit bir şekilde yansıdığıyla ölçülebilir. Bu bakımdan hukuk devletleri ve demokrasilerin artık günümüzde sosyal devlet anlayışıyla ile bütünleşmelerinin bir zorunluluk haline geldiği düşünülmektedir.

Sosyal devletin ortaya çıkışı ve gelişmesinde gözlenebilecek ülke Bismarck Almanya'sıdır. Bismarck'ın sosyal ve ekonomik yaşamla ilgili attığı adımlar ve mevzuat alanında yaptığı çalışmalar "sosyal devlet" kavramının bir politika aracına dönüşmesine yol açmıştır.

Sosyal devletin olmazsa olmaz üç temel sosyal politika dayanağı vardır: ilki "sosyal adalet" olup, toplum içinde adaletli dağılım ve sınıf eşitsizliğinin giderilmesini amaçlamaktadır; ikincisi "sosyal refah" olup, toplumun kalkındırılması, geliştirilmesi, yaşam ve gelir seviyesinin yükseltilmesi ve gelirin eşit biçimde dağıtılmasını amaçlamaktadır. Son dayanak olan "sosyal güvenlik" in hedefi ise devletin vatandaşlarıyla birlikte ortaya çıkabilecek olumsuzlukları giderme veya gelecek için asgari güvence sağlama çabasıdır.

Refah devleti ve sosyal devletin kesiştiği noktada yeni bir kavram ortaya çıkmaktadır ki, bu kavram sosyal yardımlar açısından bu iki uygulamanın nasıl

³⁷ Fikret Şenses, *Küreselleşmenin Öteki Yüzü: Yoksulluk*, (4. Baskı), İstanbul: İletişim yay., 2006, s. 32.

bir anlayış geliştirdiğini gösterebilmektedir. “Sosyal refah hizmetleri” adı verilen bu uygulamada sosyal hizmetler ve sosyal yardımlar, ihtiyaç ve muhtaciyet durumunun da ötesinde, devletin vatandaşlarına karşı sosyal sorumluluklarını yerine getirmesini ve refahın iktisadi olmakla birlikte aynı zamanda bir sosyal politika kavramı olarak ele alınmasını zorunlu kılan bir durumun ortaya çıkmasını ifade etmektedir.

Sosyal yardımların sosyal devlet ilkesiyle ilişkisinden bahsederken kaçınılmaz olarak karşımıza “sosyal demokrasi” kavramı çıkmaktadır. Ayrıntılarının bu çalışmanın dışında başka bir çalışmanın konusu olması gerektiğini düşündüğümüz sosyal demokrasi kavramı ile sosyal yardım arasındaki ilişki sosyal refah ve sosyal devlet ilkesinin ayrılmaz parçası olan sosyal adalet ve sosyal haklar kavramlarıyla aracılığıyla kurulmaktadır. Çünkü sosyal demokrasi, klasik liberal demokrasilerin 19. yüzyıl sonrasında yaşadığı dönüşümlerle kazandığı daha toplumcu, sosyal adaletçi ve refah anlayışını hedefleyen bir düşünce sistemi haline gelmiştir. Sosyal demokrasi olgusu, 19. yüzyılın ikinci yarısından itibaren sanayileşme ve kapitalistleşme sürecinde emekçi sınıfların yürüttükleri siyasal ve toplumsal mücadeleler sonucunda kazanılan haklarla oluşabilmiştir. Bu mücadele sonrasında hali hazırda mevcut olan siyasal, ekonomik ve toplumsal değerlere “sosyal adalet”, “sosyal haklar” ve “sosyal devlet” gibi yeni değerler eklenmiştir. Böylece edinilen bu yeni haklarla aslında bir nevi demokrasinin sosyalleşmeye başladığı ve siyasal demokrasiye katılan halk kitlelerinin ekonomik ve sosyal yaşamda da var olmaya başladıkları söylenebilir. Sosyal demokrasi anlayışı, vatandaşların sosyal haklarına ulaşma görevini devlete yüklemektedir. Devlet, sınıflar arası farkları gidermek ve sosyal adaleti sağlamak için her türlü tedbiri almalı ve gerekirse halkın yararına ekonomik yaşama müdahale etmelidir. Bu açıdan sosyal yardım içerikli sosyal politikalar, adaletsizlikleri gidermek için sosyal demokrasilerin başvuracakları ana yöntemlerden biri olmaktadır.

Sosyal Yardım-Sosyal Hizmet İlişkisi

Sosyal yardımların ilişkili olduğu kavramların belki de en önemlisi “sosyal hizmettir. Diğer bir ifadeyle “sosyal destek” de diyebileceğimiz sosyal hizmet, çoğu kez sosyal yardımla karıştırılan bir kavram olup Türkiye’de daha çok “sosyal çalışma” kavramı ile literatürde yer edinmeye başlamıştır.³⁸

Sosyal yardım genel bir yaklaşımı karşılarken, sosyal hizmet, belli dönem sonrasında gelişen ve belirli alanları kapsayan daha dar içerikli bir yeni sosyal

³⁸ Başta Nusret Fişek olmak üzere Osman Yaşar ve Emre Kongar bu yaklaşımla çalışma yapanlardan ilk aklı gelen isimlerdir. Sosyal çalışma ile ilgili temel bir eser için bkz.: Emre Kongar, *Sosyal Çalışmaya Giriş*, Ankara: Sosyal Bilimler Derneği yay., 1972, 213 s.

yardım yöntemi anlayışıdır. Sosyal yardımlar, sosyal hizmet politikalarında önemli bir alanı oluşturmaktadırlar³⁹. Sosyal yardımlar, tıpkı sosyal güvenlikte olduğu gibi sosyal hizmetlerde de uygulamaların yapılmasında kullanılan ana yöntemlerden biridir.⁴⁰

Sosyal hizmetler, maddi imkânsızlıklar nedeniyle yaşamlarını sürdürmede zorluk yaşayan yoksul kişiler ile gelir ve ekonomik bakımdan yeterli olan ancak başka sebeplerle ihtiyaçlarını karşılayamayan muhtaç insanların gerekli sosyal yardım ve kamu hizmetlerinden “karşılıklı” ve “karşılıksız”⁴¹ olarak faydalandığı bir sosyal politika türüdür. Klasik sosyal hizmet anlayışı aynı ve nakdi sosyal yardımların yanında günlük bakım ve koruma, özür ve engelli bakımı, yaşlılık bakımı, çocuk bakımı ve yetiştirme, gençlik hizmetleri, sağlık hizmetleri, doğal afetler sonrası hizmetleri, rehabilitasyon, yoksullukla mücadele, göçmenlik, eğitim v.b. Hizmetleri kapsıyorken; günümüz sosyal hizmet anlayışında bunlara ek olarak bağımlılık (alkol, uyuşturucu), işsizlik, barınma, çarpık kentleşme, suçla mücadele, din hizmetleri gibi alanlar da yer bulmaktadır. Bu bakımdan sosyal hizmet anlayışının uygulama alanının çok geniş bir yelpazeye yayıldığını söylemek mümkündür. İçeriği göz önüne alındığında sosyal hizmet anlayışının niçin sosyal devletin asli unsurlarından biri haline dönüşmüş olduğu daha iyi anlaşılmaktadır.

Yine günümüzde artık sosyal hizmetlerin, uzman sosyal hizmet uygulayıcıları tarafından yürütüldüğünü görmekteyiz. Bu sosyal politikanın yürütülmesinde görev alan kişilerin gerekli özellikleri taşıyan ve alan eğitimi almış kişiler olmalarına dikkat edilmektedir ki, bu da sosyal hizmetlerde profesyonelleşmeye gidildiğini göstermektedir.

Türkiye’de sağlık hizmetlerinin sosyalizasyonu yaklaşımının gelişmesiyle paralel bir dönemde yani 1963’ten sonra planlı kalkınma dönemine geçilmesiyle birlikte Sağlık ve Sosyal Yardım Bakanlığı’nın sosyal yardımlarla ilgili kamu faaliyetleri “sosyal hizmet” başlığı altında ele alınmaya başlamıştır. DPT’nin, 1963 yılında hazırladığı Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı’nda sosyal yardımları hem sosyal güvenliğin tamamlayıcı unsuru,⁴² hem de yeni geliştirilen sosyal hizmet anlayışının bir parçası olarak ele aldığını görmekteyiz. Plan’da sosyal hizmetlerin amacı “*çeşitli çevrelerde ortaya çıkan sosyal düzensizlik ve*

³⁹ Nesrin G. Koşar, *Sosyal Hizmetlerde Sosyal Yardım Alanı*, Ankara: Sevinç Matb., 2000, s.s. 1–2.

⁴⁰ Ethem Çengelci, *Türkiye’de Sosyal Yardımlar: Bir Model Geliştirme Denemesi*, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Ankara: Ankara Ün. SBE, 1985, s. 20.

⁴¹ Ethem Çengelci, *Cumhuriyet Türkiye’sinde Sosyal Hizmetlerin Örgütlenmesi*, Ankara: Sevinç Matb., 1996, s. 5.

⁴² O dönemde Türkiye’de sosyal güvenlik çalışmaları İşçi Sigortaları Kurumu, T.C. Emekli Sandığı ve Ordu Yardımlaşma Kurumu tarafından yürütülmekte ve sosyal güvenlikle tamamlayıcı unsur olarak belirlenen sosyal yardımlar bu kurumlar tarafından yapılmaktadır. DPT planında sosyal güvenlik için bkz.: DPT, *a.g.e.*, (1963), s.s. 109–112.

bozuklukların giderilmesi” şeklinde yer alırken; amacın yönteminin ise “devletin ve onunla iş birliği yapacak olan çeşitli gönüllü kuruluşların çalışmaları ile” ile sağlanacağı belirlenmiştir. Aynı planda sosyal hizmet politikasının hedefleri ise “nüfus plânlaması programının uygulanmasına yardım, şehirlerin varlıksız mahallelerinde ortaya çıkan meselelerin çözülmesine yardım, yaşlıların bakımı, sakatların işe alıştırılması ve suçluların mahkûmiyet sonrası işe alıştırılmaları ve benzeri sosyal meseleler toplum ve kişi refahının sağlanması, korunmaya muhtaç çocukların bakımı ve yetiştirilmeleri, çocuk suçluluğunun önlenmesi, intibaksız çocuklar ve geri zekâlı çocuklar meselesinin çözümü, çocuk emeğinin kötüye kullanılmasının önlenmesi, çocuk refahının sağlanması” şeklinde sıralanmış ve yapılacak yatırım miktarları ile alınacak kurumsal tedbirler belirtilmiştir⁴³.

Sosyal Yardım-Sosyal Güvenlik İlişkisi

Sosyal yardımların ilişkili olduğu kavramların en önemlilerinden bir diğeri de “sosyal güvenlik”tir⁴⁴. Sosyal güvenliğin bünyesinde yer alan sosyal yardım uygulamaları bir nevi insanın kendi kendine yardımının araçlarından biri olup, sosyal ihtiyaçların karşılanmasında teminat yatırımı biçiminde değerlendirilebilirler. Hatta günümüzde kendi kendine yardımın sosyal sorunların çözümünde faydası olduğu düşünülmektedir⁴⁵.

Sosyal güvenlik, insanın başına gelebilecek her türlü sosyal, ekonomik, fizyolojik ve mesleki risklere karşı bir güvenlik ve teminat sistemidir. Örneğin bu riskler, hastalık, maluliyet, yaşlılık, analık, kazalar, doğum, ölüm v.b. gibi “fiziki” bir durumda oluşabileceği gibi, işsizlik ve aile gelirinin fert ve çocuk sayısına göre yetersiz kalması gibi “iktisadi” nedenlerle de oluşabilmektedir⁴⁶. Sosyal güvenlik, toplumlardaki ihtiyaç sahibi kişiler ile yoksullara yönelik yardımda bulunma ve bu sayede asgari yaşam standardını temin etmede çok önemli işlevler üstlenebilmektedir.⁴⁷ Böylece sosyal devlet ilkesinin temel unsurlarından biri olan sosyal güvenlik, sosyal adaletin sağlanmasında kullanılan önemli bir araç haline gelebilmektedir.

Sosyal güvenlik kavramının ortaya çıkışı eskiden nispeten zengin insanların, loncaların ve bazı dini kurumların kurup yönettikleri hayır kurumlarına ve

⁴³ DPT, a.g.e., (1963), s.s. 423-424.

⁴⁴ Sosyal yardımla sosyal güvenlik arasındaki ilişki üzerine özlü çalışmalar için bkz.: Sait Dilik, “Sosyal Güvenlik ve Sosyal Hizmetler Arasındaki İlişkiler”, *Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, (Ankara Üniversitesi), Cilt: 35, Sayı: 1-4, Ocak-Aralık 1980 (a), s.s. 73-84 ve Sait Dilik, “Sosyal Yardımlar: İki Anlamlı Bir Terim”, *Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, (Ankara Üniversitesi), Cilt: 35, Sayı: 1-4, Ocak-Aralık 1980 (b), s.s. 55-72.

⁴⁵ Tuna ve Yalçıntaş, a.g.e., s. 241.

⁴⁶ Turan Yazgan, *Gelir Dağılımı Açısından Sosyal Güvenlik*, İstanbul: İstanbul Ün. Yay., 1975, s. 13’ten aktaran Taşçı, a.g.e., s. 18.

⁴⁷ Taşçı, a.g.e., s. 18.

yardım sandıklarına dayandırılmaktadır. Sanayi devrimi sonrasında emek ve ücret politikaları sosyal güvenliğin gelişmesini etkilerken, kavramın bir politika olarak ele alınması 1929 dünya ekonomik bunalımı sonrasında A.B.D.’de gerçekleşmiş, Başkan Roosevelt döneminde 1935 yılında “Social Security Act” isimli önemli bir kanun çıkarılarak “sosyal güvenlik” deyimini ilk defa kullanılmıştır. Bu kanunla “sosyal güvenlik” kavramı başlı başına bir politika unsuru olmaya başlamıştır.⁴⁸ Tıpkı sosyal yardım kavramında olduğu gibi II. Dünya Savaşı sosyal güvenlik algısı ve politikasını değiştirmiş ve kavramın kapsamını genişleterek dünya çapında yayılmasını sağlamıştır. Yani günümüzdeki sosyal güvenlik anlayışının oluşmasında savaş yılları ve hemen sonrasındaki yaşanan bazı gelişmeler oldukça etkili olmuştur: Atlantik Şartı⁴⁹, Beveridge Tasarısı⁵⁰, Philadelphia Beyannamesi⁵¹, Uluslararası Çalışma Örgütü’nün (ILO) 67 Sayılı Tavsiye Kararı⁵² ve İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi bu gelişmelerin başlıcaları olarak sayılabilirler.⁵³

Bu gelişmelerden en önemlisi, hiç şüphesiz İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi’dir. Toplam 30 maddelik İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi⁵⁴, Birleşmiş Milletler Genel Kurulu’nun 10 Aralık 1948 tarihli Paris’teki toplantısında kabul edilerek imza altına alınmıştır. En başta yaşam, özgürlük ve kişi güvenliği olmak üzere barınma, eğitim, sağlık, yiyecek ve giyecek temel insan haklarından sayılmış ve herkesin haklar bakımından eşitliği esas alınmıştır. Sosyal güvenlik hakkı de ayrıca bir hak olarak sayılmıştır.

Bildirgenin bazı maddeleri konumuzla ilgili olmakla birlikte⁵⁵ 25. maddesi, “1. Herkesin, kendisi ve ailesinin sağlık ve refahı için beslenme, giyim, konut ve

⁴⁸ Kenan Tunçomağ, *Sosyal Güvenlik Kavramı ve Sosyal Sigortalar*, (2. Baskı), Gür-Ay Matb., İstanbul, 1982, s. 6 ve Sait Dilik, *Sosyal Güvenlik*, Ankara: Yeni Asya yay., 1992, s. 3.

⁴⁹ 1941 yılında A.B.D. Başkanı Roosevelt, Kongre’ye gönderdiği mesajda A.B.D.’nin gerçekleştirmek istediği yeni dünyayı ve düzeni tarif etmiş; yeni dünyanın başlıca dört ana özgürlük üzerine kurulması gerektiğini savunmuştur. Bu özgürlüklerden en önemlisinin “yoksulluktan kurtulmak” olduğunu belirten Roosevelt, bu konuyla ilgili Atlantik Şartı’nı şu şekilde ifade etmiştir: “Herkes daha iyi çalışma şartları, daha fazla maddi refah ve sosyal güvenlik vermek amacıyla iktisadi sahada bütün milletler arasında tam bir işbirliği tesis etmek ve çalışanların muhtaç duruma düşmemelerini temin etmek”. Bkz.: Tuna ve Yalçıntaş, a.g.e., s. 130.

⁵⁰ II. Dünya Savaşı sırasında A.B.D. Çalışma Bakanı olan Beveridge’in finansmanın vergi gelirleriyle sağlanmasını öngördüğü sosyal güvenliğin bir milli politika yapılmasını amaçlamak üzere hazırladığı ve dönemin hükümetince benimsenen planıdır. “Beveridge Raporu”, “Beveridge Planı” da denen bu tasarı, çağdaş sosyal güvenlik anlayışının gelişmesinde çok büyük rol oynamıştır.

⁵¹ 26. Uluslararası Çalışma Konferansı’nın Philadelphia’da kabul ederek dünyaya ilan ettiği beyanname. Konumuz açısından en dikkat çeken hüküm, korunmaya muhtaç herkes için bir asgari gelir temin edilmesine yönelik sosyal güvenlik tedbirinin alınması gerektiğini söyleyen hükümdür.

⁵² Uluslararası Çalışma Örgütü, 1944 yılında üye ülkelere, geçim vasıtalarının güvence altına alınmasının sosyal güvenliğin ana unsurlarından bir olduğunu belirten bir tavsiye kararı almıştır.

⁵³ Tuna ve Yalçıntaş, a.g.e., s.s. 130-131.

⁵⁴ Başlangıç hükümleriyle birlikte 30 maddelik beyannamenin Birleşmiş Milletler’in verdiği İngilizce ve Türkçe dillerindeki resmi metni için bkz.: <http://www.un.org/en/documents/udhr/index.shtml> (Erişim: 04.01.2011); <http://www.ohchr.org/EN/UDHR/Pages/Language.aspx?LangID=trk> (Erişim: 04.01.2011). Birleşmiş Milletler’in yayınladığı Türkçe beyannamenin dil bakımından sorunlu olduğunu belirtmek gerekir.

⁵⁵ Bu maddeler ve hükümleri şunlardır; “Tüm insanlar özgür; onur ve haklar bakımından eşit doğar. Akıl ve vicdanla donatılmış olup birbirlerine karşı bir kardeşlik anlayışıyla davranır” (Madde.1); “Herkesin yaşama

*tıbbi bakım hakkı vardır. Herkes, işsizlik, hastalık, sakatlık, dulluk, yaşlılık ve kendi denetiminin dışındaki koşullardan doğan geçim sıkıntısı durumunda güvenlik hakkına sahiptir. 2. Analar ve çocukların özel bakım ve yardım hakları vardır. Tüm çocuklar, evlilik içi ya da dışı doğmuş olmalarına bakılmaksızın, aynı toplumsal korumadan yararlanırlar*⁵⁶, şeklindeki hükmüyle tam olarak sosyal yardımlar konusunu kapsayıcı niteliktedir.

Kişiler, bu haklara bazen kendi imkânlarıyla ulaşamamakta ve bu nedenle tümünden veya bir bölümünden mahrum kalabilmektedir. Bu nedenle bir sosyal devletin asli görevlerinden biri de, insan haklarının temel unsurlarının vatandaşlarına en azından sosyal yardımlar yoluyla sağlanabilmesidir

II. Dünya Savaşı'ndan sonra sosyal güvenlik politikaları artık sosyal sigorta, sosyal yardım ve kamu hizmetleri temelli üç farklı ana sistem haline dönüşmüş ve ülke anayasalarında yer almaya başlamıştır.⁵⁷ ILO'nun 1952 tarihinde kabul ettiği "Sosyal Güvenliğin Asgari Normları Hakkındaki 102 Sayılı Sözleşmesi" ile sosyal güvenlik alanındaki en geniş ve temel düzenleme yapılmış ve uygulama evrensel tanım ve normlara kavuşmuştur.

Bu gelişmeler sosyal güvenlikle birlikte sosyal hizmet anlayışının gelişmesine yol açmış, dolayısıyla da her iki alanın da en önemli unsurlarından olan sosyal yardım politikalarının uygulama alanlarının değişmesine yol açmıştır. 1945'li yıllardan sonra sosyal yardımların dünyada artık sosyal güvenliğin altında bir alan olarak geliştiğini söyleyebiliriz. Bu durum kısmen devam etmekle birlikte 1960'lardan sonra ise sosyal yardımlar, sosyal güvenliğin yanında daha çok sosyal hizmetlerin ana konusu haline gelmiştir. Günümüzde ise ülkelerin siyasal, sosyal, ekonomik, kültürel v.b. farklılıklarına göre değişiklik gösterse de bu karma yapının devam ettiği söylenebilir.

Dünyadaki gelişmelere paralel olarak Türkiye'de de sosyal güvenlik anlayışı yerleşmeye başlamış, kabul edilen bazı kanunlarla bu konudaki sosyal politikalar uygulamaya konmuştur. Bu gelişmenin hızla yaygınlaşmasında A.B.D.'nin Sovyetlere ve dolayısıyla komünizme karşı başlatacağı soğuk savaşta yanında yer almasını istediği müttefiklerine yaptığı yardımlarda (Marshall Yardımı) sistemin kullanılmasını koşul olarak öne sürmesi etkili olmuştur. Çünkü sanayi devrimi sonrası Almanya ve İngiltere çıkışlı klasik

ve kişi özgürlüğü ve güvenliğine hakkı vardır" (Md. 3); "*Herkes yasa önünde eşittir ve ayırım gözetilmeksizin yasa tarafından eşit korunma hakkı vardır...*" (Md.7); "... 2. Herkesin, ülkesinin kamu hizmetlerinden eşit yararlanma hakkı vardır..." (Md. 21); "... 3. Herkesin kendisi ve ailesi için insan onuruna yaraşır ve gereğinden başka toplumsal koruma yollarıyla desteklenmiş bir yaşam sağlayacak adil ve elverişli bir ücrete hakkı vardır..." (Md. 23). Bkz: *İnsan Hakları Evrensel Bildirgesi*, İstanbul: Say yay., 1996, s.s.13-15 ve 20-22.

⁵⁶ A.g.e., s.s. 22-23.

⁵⁷ Türkiye'de ancak 1961 Anayasası'nda, "Herkes sosyal güvenlik hakkına sahiptir" (48. Md.) ifadesiyle hüküm konulabilmiştir. 1982 Anayasası'nda da hüküm aynen yer almıştır.

sosyal güvenlik sistemi savaş sırasında ve sonrasında A.B.D. merkezli yeni bir sosyal güvenlik anlayışına dönüşmüştür. Bu politika, kurulmak istenen yeni dünyanın düzeninde bir yayılma aracı olarak kullanılmış ve liberal kapitalist düzenin olmazsa olmaz parçası haline getirilmiştir.

Oysa sosyal devlet ilkesinin en önemli göstergelerinden biri gelişmiş ve adil bir sosyal güvenlik sistemidir. Bu sistem ne kadar yaygın ve düşük maliyetli ise o oranda toplumun bireylerine ulaşabilmiş demektir. Ancak günümüzde sosyal güvenlik sistemleri vatandaşlar için maliyetli olmaya başlamıştır. Özellikle sosyal güvenlik sistemlerinin en yaygın kullanılan alanı olan sağlık kapsamı ücretsiz ulaşılan bir imkân olmaktan uzaklaşmaya başlamıştır.

Sosyal güvenlik, çalışma ve ücret politikasının yanında sosyal politikanın en temel konularından biridir. Bu politika günümüzde artık toplumun bütün üyelerinin insana yakışır bir şekilde yaşamalarını temin edecek bir gelir, yaşam ve refah standardı sağlamayı amaçlamaktadır. Genel emek ve ücret düzenlemeleri dışında sosyal yardımlar sosyal güvenlik uygulamalarının en önemli parçalarından biridir. Hatta sosyal yardımlar, “sosyal sigorta” ve “devletçe bakılma” ile birlikte sosyal güvenliğin sağlanmasında kullanılan başlıca üç yöntemden biri olarak sayılmaktadır⁵⁸.

Günümüzde sosyal güvenlik düzenlemelerinde diğer yöntemlerin yanında sosyal yardımlardan faydalanılması gerektiği başlıca iki nedenle savunulmaktadır: Birinci nedende, sosyal yardımların “*sosyal güvenlik alanındaki kanunların taşıdığı önemli boşlukları doldurabileceği*” ve “*yoksulluğun kişiyi tehdit ettiği ve bunların gelir dağılımını düzeltici diğer tedbirlerle giderilemediği durumlarda gelirlerde belirli bir düzeltici etki yaratabileceği*” belirtilmektedir. Bu durumda, “*bir ülkede gelir dağılımındaki eşitsizlik giderildiği ölçüde, sosyal yardımlardan daha heterojen bir sosyal grubun yararlandırılmış olacağı sonucunun çıkarılabileceği*” öne sürülmektedir. Sosyal güvenlik düzenlemelerinde sosyal yardımlardan faydalanılması gerektiği belirtilen ikinci neden ise, sosyal yardımların “*özellikle mevcut sosyal sistemleri tamamlama ve olgunlaştırma fonksiyonu taşıdıkları ve yenilikler getirmeye çok elverişli*” olduklarıdır. Bunun sonucu olarak sosyal yardım yönteminin sosyal reformlar üzerinde etkin rol oynadıkları ileri sürülmektedir⁵⁹.

Yaşlılık, iş kaybı (işsizlik), hastalık, tedavi ve ilaç gereksinimlerinde yapılan sağlık yardımları, gelir kaybının tazmin edilmesi, aile yardımları (eş ve çocuklar), barınma yardımları ve iaa yardımları gibi konular sosyal güvenliğin kapsamında yer alan sosyal yardım unsurlarıdır. Bir kısmına sosyal hizmet

⁵⁸ Dilik, *a.g.m.*, (1980a), s.s. 81–82.

⁵⁹ Dilik, *a.g.m.*, (1980b), s.s. 71–72.

uygulamaları da denilen bu uygulamaların geliştirilmesi ve yararlananların sayılarının arttırılması temel hedeftir.

Sosyal Yardım-Sosyal Sigorta İlişkisi

Tıpkı sosyal güvenlik gibi “sosyal sigorta” da sosyal yardımların yüksek düzeyde ilişkili olduğu sosyal politika kavramlarından biridir. Sosyal sigortalar, belli, beklenen ve hesaplanabilir risklere karşı ön maddi katkıda (prim ödemeleri) bulunarak maruz kalınabilecek zararların karşılanmasının amaçlandığı bir sistemdir. Gelir seviyesine göre ve bununla doğru orantılı katılıma göre sosyal sigortadan faydalanılmaktadır. Hastalık, iş kazası, yaşlılık ve malullük sosyal sigortanın konu edindiği tedbir amaçlı sosyal hizmet ve sosyal güvenlik konularıdır. Sosyal yardımla sosyal sigortanın ayrıştığı en önemli nokta, karşılıklılık durumudur. Sosyal yardımlar karşılıksızken, sosyal sigortalarda karşılık, yani “katılım” esastır.

Diğer yandan sosyal sigortaların bir tür sosyal yardım mekanizması olduğu da ileri sürülmektedir. Özellikle iş yaşamında, işverenlerin çalışanların hayatının tehlikeye girmesini engellemeleri için gereken koşulları sağlamaları yanında özellikle sağlıklarını korumaları, hastalık, iş kazası, yaşlılık ve malullük durumunda gelir kaybının tazmin edilmesi gibi uygulamalar aynı zamanda sosyal yardımların unsurları arasında yer almaktadırlar. Sağlık şartlarının ve çalışma koşullarının uygunsuz olması, iş koşullarının yetersiz olması, fazla mesai, iş kazaları v.b. nedenlerle geçici veya kalıcı olarak insanların çalışma ve hayatlarını kendi emekleriyle kazanabilme kabiliyetlerini yitirmeleri durumunda haklarının korunması, asgari yaşam koşullarının devam ettirilmesi ve maluliyetlerinin tazmin ve telafi edilmesi sosyal sigortaların kapsamında olmakla birlikte sıralananlar aynı zamanda sosyal yardımın asli konuları arasında sayılmaktadırlar. Bu anlamda sosyal sigortalar aslında birer sosyal yardım işidirler.⁶⁰ Böylelikle çalışma hayatı kapsamında ele alınan sosyal yardımlar, maaş ve ücretler gibi temel maddi hakların yanında destek amacıyla işverenlerin çalışanlarına yaptıkları diğer maddi ve manevi destekler olarak görülmektedirler⁶¹.

Sosyal sigortanın tarihi ise 19. yüzyılda gelişen sanayileşmeyle birlikte başlamıştır. Kapitalist fabrika sanayisinde çalışan işçilerin emeklerini ortaya koyarken çeşitli sorunların yaşanmaya başlaması sonrasında oluşabilecek yeni risklere karşı düşünülen primli bir sosyal güvenlik yöntemi olarak geliştirilmiştir. Tarihte ilk genel sosyal sigorta kuruluşu ise Bismarck tarafından 1883 yılında Almanya’da kurulmuştur. Bismarck, hastalık sigortasıyla başladığı

⁶⁰ M. C. Duru, *Sosyal Yardım: Prensipleri ve Tatbikleri*, İstanbul: Matbaai Ebüziya, 1939, s. 7.

⁶¹ Seyyar, a.g.e., s.s. 559–560.

süreci birkaç yıl içinde iş kazaları (1884), yaşlılık ve malullük (1889) sigortasını kapsayacak biçimde genişletmiştir. Sanayi devriminin beşiği İngiltere’de ise genel bir kuruluş, Lloyd George’un yönetiminde Alman sistemi esas alınarak ancak 1911 yılında kurulabilmiştir. Almanya’nın öncülük ettiği bu sosyal güvenlik yöntemi önce Avrupa’ya sonra da tüm dünyaya yayılmıştır⁶².

Aile yardımları, sosyal sigorta kapsamındaki en önemli sosyal yardım kalemi olarak görülebilirler. Yasal düzeyde sigortaya bağlı aile yardımlarının yapıldığı ilk ülke Yeni Zelanda’dır. 1922 yılında yapılan bu yasal düzenlemeden sonra 1930 yılında Belçika’da, 1932 yılında ise Fransa’da aile yardımlarına ilişkin yasalar kabul edilmiştir. Almanya’da ise 1933–1945 yılları arasında özel bir yasa uygulamada tutulmuştur.⁶³

Sosyal güvenlik ve sosyal sigorta ile ilgili Türkiye’de ayrı ve kapsamlı yasal düzenlemeler II.D.S. sonrasında başlamış olsa da Osmanlı döneminde ahi ve lonca teşkilatlarındaki yardım sandıklarının, iş yaşamındaki emeklilikle ilgili tekaüt (emeklilik) sandıklarının; Cumhuriyet kurulduktan sonra ise çeşitli kamu kurum ve kuruluşları bünyesinde kurulmuş amele birlikleri, yardım sandıkları ve tekaüt sandıklarını bu sistemlere örnek olarak verebiliriz.

Genel Değerlendirme ve Sonuç

Kapitalizmin yeni bir aşaması olarak gelişen sanayileşmenin ortaya çıkardığı sosyal sorunlar, sosyal yardım kavramı, anlayışı ve uygulamalarında bazı değişikliklere yol açmıştır. 18. yüzyılın sonu ve 19. yüzyılda dünyada yaşanan baş döndürücü gelişmeler özellikle siyasal, ekonomik ve sosyal yaşamı kökünden değiştirme zorunluluğunu ortaya çıkarmıştır. Bu değişimin tarihteki en etkin ve en nadir değişimlerden biri olduğu belirtilmelidir. Daha önceki dönemlerde yaşananlardan en farklı ve özgün yanı ise değişim ve dönüşümün çok daha hızlı gerçekleşmesidir. Tarihte daha önce yaşanan köklü değişim ve dönüşümlere neden olan tipik örnekler olarak verebileceğimiz, yerleşik yaşama geçme, tarım devrimi, kentleşme devrimi, yazı devrimi, kavimler göçü, merkantilizm, feodaliteden çıkış, coğrafi keşifler, bilim-düşünce-teknoloji alanındaki modern buluşlar ve gelişmeler, Rönesans ve Reform, aydınlanma devrimi v.b. gelişmelerin ortaya çıkması, süreçlerinin tamamlanması ve sonuçlarının hissedilmesi çok daha uzun dönemler alabiliyorken, bahse konu dönemdeki sürenin çok daha kısa olduğu görülmektedir. Zaten 19. yüzyıla, “en uzun yüzyıl”, “dünyayı değiştiren yüzyıl” gibi sıfatların takılması boşuna değildir.

⁶² Cahit Talas, *Sosyal Ekonomi*, Ankara: Sevinç Matb., 1979, s.s. 326-328.

⁶³ Sosyal sigorta kavramı ve aile yardımının tarihsel gelişimi hakkında bkz.: Ali Güzel ve Ali Okur, *Sosyal Güvenlik Hukuku*, (5. Baskı), İstanbul: Beta Basım Yay., 1996, s.s. 18-22.

Yine dünya siyasi tarihinde diğer baş döndürücü gelişme ve olayların yaşandığı dönem ise 20. yüzyıldır. Hiç kuşkusuz, bu yüzyılda yaşanan iki büyük dünya savaşının ortaya çıkmasında daha önceki yüzyılda yaşanan gelişmelerin çok önemli katkısı olmuştur. Bu yüzyıla girerken sanayi devriminin meydana getirdiği devasa fabrika, makine ve maden ocakları, uçsuz bucaksız demiryolları, rekabetçi hammadde, ucuz işgücü ve Pazar arayışları, acımasız sömürgecilik yarışı, akaryakıtın (petrol) keşfi, üretim süreçlerinde enerji kaynağı olarak kullanılması ve uğruna yapılan savaşlar, kapitalizmi bir üst aşamaya geçirmiş ve ortaya çıkan “vahşi kapitalizm” yeni tipte birey, toplum ve kentleşme anlayışını ortaya çıkarmıştır.

Savaşlar, düzensiz ve zorunlu göçler, hızlı nüfus artışı, çarpık kentleşme gibi nedenlerle ortaya çıkan yeni birey ve toplumlar gelir ve refah adaletsizliği arasında sıkışıp kalmışlardır. Toplumun çok küçük bir kesimi aşırı zenginleşerek kaynakların büyük kısmına sahip olurken, geriye kalan kesimin önemli bir bölümünü oluşturan işçiler, köylüler ve yoksul kent halkı giderek daha fazla fakirleşmiş ve kaynakların daha az kısmıyla yetinmek durumunda bırakılmıştır. Siyasal ve ekonomik gücü elinde tutan sınıfların niteliği ve yapısı değişmeye başlamış, yeni burjuvazi sınıfından bir grup sanayi, ticaret ve finans piyasasını neredeyse tamamen ele geçirerek siyasal ve ekonomik gücün yeni sahipleri haline gelmiş ve doğal bir sonucu olarak da sosyal yaşamın sınırlarını belirleme durumuna geçmişlerdir. İçinde bulundukları toplumların çok küçük bir kısmını oluşturan bu sınıf, toplam gelir/servet/kaynak ile toplam tüketimin çoğuna egemen olmuşlardır.

Bunun nihai bir yansıması olarak da tam tersi biçimde sayıları hızla çoğalan yoksul kesimler ise gelir, servet, kaynaklar ve tüketimden çok daha az pay alırken yeni yoksulluk biçimleri ve yeni tipte sosyal sorunlar yumağı ortaya çıkmıştır. Ancak bu duruma karşın sınıf mücadelesi sınırlı kalmış ve mağdur olan kesimler kendilerine bahşedilen yaşam ve geçim standardı ile yetinmek zorunda bırakılmıştır. Bir yandan elde ettikleri minimum seviyedeki gelirlerle kendileri ve ailelerinin hayatlarını devam ettirebilmek için olağanüstü çaba sarf ederlerken, diğer yandan sosyal ve ekonomik haklardan ve güvencelerden mahrum bırakılmışlardır. Özetlemeye çalışılan bu sürecin ortaya çıkardığı sosyal ve ekonomik sorunlardan en olumsuz etkilenenler maalesef çoğunlukla bu kesimlerdir; dolayısıyla kapitalizmin doğurduğu devasa sorunlar, adeta işçi sınıfının sorununa dönüşmüştür. Rekabetin yarattığı uzun çalışma saatleri, hızlı çalışma temposu, aşırı ücret düşüklüğü ve kalabalık kent yığınları sosyal ve ekonomik sorunların da ana kaynağı haline gelmişlerdir.

Ortaya çıkan bu durum sosyal yardımları, başta yoksulluk ve yoksullukla mücadelenin yer aldığı sosyal ve ekonomik sorunlarla mücadelenin temel

sacayağını oluşturan sosyal politikaların en önemli parçalarından biri haline getirmiştir. Dönemdeki değişim ve dönüşümlere paralel biçimde sosyal yardımların da niteliği ve kapsamı değişmiş, anayasa ve yasalarla yönetilen halk egemenliğindeki yeni tipte ulusal devletler, parlamentoları ve hükümetleri bu kapsamda daha modern adımlar atmak zorunda kalmışlardır. Böylelikle geleneksel olduğu üzere sadece muhtaçlar, müşküller ve yoksullar sosyal yardım politikalarının temel hedefi olmaktan çıkmış, bunların yanında sabit gelirli, çalışan ücretli kesimler, dezavantajlı gruplar ile kent yığınlarının büyük kısmı da sosyal yardımların hedef kitleleri haline dönüşmüşlerdir.

Sosyal yardımların niteliğinin değişmesinde sosyal ve ekonomik yaşamda yaşanan gelişmeler yanında özellikle siyasal yaşamın kapsamında yer alan savaşların da etkisi vurgulanmalıdır. Uluslararası ilişkiler sisteminin temel yapısında yaşanan değişiklikler beraberinde savaşların da yapısını dönüştürmüş ve bu durum zaman zaman savaşların yoksulluk, yoksunluk ve muhtaçlığın ana kaynağı olmasına yol açmıştır. Bu nedenle savaşların sosyal yardım politikalarının belirlenmesi ve uygulanması üzerinde oluşan etkisi, sosyal yardımların diğer sosyal politika kavramlarıyla ilişkilerinin düzeyini artırma sonucuna yola açmıştır. Sıkça yaşanan ve bazen de çok uzun süren savaşlar, toplumları büyük ve baş edilemez finansal, ekonomik ve sosyal yüklerin altına sokmuşlardır. Özellikle dünyayı topyekûn etkileyen büyük savaşların sonucunda insan kayıpları, ölümler, bulaşıcı ve salgın hastalıklar, göçler v.b. nedenlerle çok fazla beşeri kayıp yaşanırken, bu durum aslında bir anlamda iş gücü kaybına ve üretim süreçlerinin tümünün zarar görmesi gibi ciddi ekonomik ve sosyal sorunların artışına yol açmıştır.

Bu sorunları aşmada kullanılan en temel başlıca yöntemlerden biri de yenilenmiş sosyal yardım politika ve uygulamalarıdır. Topyekûn olmasa da günümüzde hala yaşanmaya devam eden irili ufaklı siyasal, ekonomik, sosyal ve kültürel savaşlar hiç kuşkusuz en çok çocukları, kadınları ve yaşlıları etkilemektedir. Bu nedenle muhtaçlar, müşküller, yoksullar vb. yanında çocuklar ve kadınlar da artık sosyal politikaların asli hedef kitlelerinden biri olmuşlardır. Dolayısıyla sıralanan dezavantajlı gruplar, aynı zamanda sosyal yardımların da temel hedef kitesine dönüşmüşlerdir. Maalesef bu durumun günümüzde ve gelecekte de değişebileceğine ilişkin bir umut ışığı görünmemektedir.

Bu durum göz önüne alındığında günümüzde de sosyal yardım kavramının, içinde sosyal politika kavramı da olmak üzere diğer pek çok kavramla doğrudan ve yüksek düzeyde ilişkisinin olduğu, mevcut yapı ve sistemlerin kısa sürede köklü değişikliklere uğramayacağı gerçeğini bir tarafta tutarak bu ilişki biçim ve düzeyinin pek değişmeden hatta artarak devam edeceğinin öngörüldüğü

söylenebilir. Temelde merkeze koyduğumuz “sosyal yardım” kavramının, ilişki ve mukayesesini yapmaya çalıştığımız “sosyal dayanışma”, “sosyal adalet”, “sosyal politika”, “yoksulluk/yoksullukla mücadele”, “refah devleti”, “sosyal devlet”, “sosyal demokrasi”, “sosyal hizmet”, “sosyal güvenlik”, “sosyal sigorta” vb. kavramlarla gerek kavramsal ilişki düzeyinde ve gerekse politika uygulamalarındaki kapsamı bakımından herhangi bir önem sırasına koymanın doğru bir yaklaşım olmayacağı vurgulanmalıdır. Sosyal yardım, sıralanan ilişik kavramların tümünün bir arada olduğu bütünleşik sistemin merkezinde yer alan bir ortak nokta olmaya devam edecektir.

Kaynakça

1. “Sosyal Siyaset” Maddesi, *Türkiye Sendikacılık Ansiklopedisi*, Cilt: 3, Tarih Vakfı yay., İstanbul, 1998.
2. AKTAN, Coşkun Can (Ed.), *Kurumsal Sosyal Sorumluluk: İşletmeler ve Sosyal Sorumluluk*, İktisadî Girişim ve İş Ahlâkî Derneği (İĞİAD) yay., İstanbul, 2007.
3. ALAKAVUKLAR, Ozan Nadir; KILIÇASLAN, Selcen ve ÖZTÜRK, Engin Bağış, “Türkiye’de Hayırseverlikten Kurumsal Sosyal Sorumluluğa Geçiş: Bir Kurumsal Değişim Öyküsü”, *Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 9/2, 2009, s.s. 103-143.
4. BAYLIS, John ve SMITH, Steve (Eds.), *Globalization of World Politics*, Oxford University Press, Oxford, 2001.
5. BENAZUS, Hanri, *En Büyük İnsancıl Özlem: Dayanışma, Paylaşma ve Yardımlaşma*, Bizim Kitaplar yay., İstanbul, 2009.
6. BİRLEŞMİŞ MİLLETLER,
[http://www.ohchr.org/EN/UDHR/Pages/Language.aspx?LangID=trk_\(Erişim: 04.01.21011\).](http://www.ohchr.org/EN/UDHR/Pages/Language.aspx?LangID=trk_(Erişim: 04.01.21011).)
7. BİRLEŞMİŞ MİLLETLER,
[http://www.un.org/en/documents/udhr/index.shtml_\(Erişim: 04.01.2011\).](http://www.un.org/en/documents/udhr/index.shtml_(Erişim: 04.01.2011).)
8. BULUT, Taner, *İnönü Dönemi T.C. Hükümetlerinin Sosyal Yardım Politikaları (1938-1950)*, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Dokuz Eylül Ün.-Atatürk İ.İ.T. Enstitüsü, İzmir, 2014.
9. CHOSSUDOVSKY, Michel, *Yoksulluğun Küreselleşmesi*, (Çev.: Neşenur Domaniç), Çivi Yazıları yay., İstanbul, 1999.
10. ÇENGELCİ, Ethem, *Cumhuriyet Türkiye’sinde Sosyal Hizmetlerin Örgütlenmesi*, Sevinç Matb., Ankara, 1996.
11. ÇENGELCİ, Ethem, *Türkiye’de Sosyal Yardımlar: Bir Model Geliştirme Denemesi*, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Ankara: Ankara Ün. SBE, 1985.
12. DİLİK, Sait, “Sosyal Güvenlik ve Sosyal Hizmetler Arasındaki İlişkiler”, *Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, (Ankara Üniversitesi), Cilt: 35, Sayı: 1-4, Ocak-Aralık 1980 (a), s.s. 73-84.
13. DİLİK, Sait, “Sosyal Yardımlar: İki Anlamlı Bir Terim”, *Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, (Ankara Üniversitesi), Cilt: 35, Sayı: 1-4, Ocak-Aralık 1980 (b), s.s. 55-72.
14. DİLİK, Sait, *Sosyal Güvenlik*, Yeni Asya yay., Ankara, 1992.
15. DURU, M. C., *Sosyal Yardım: Prensipleri ve Tatbikleri*, Matbaai Ebüziya, İstanbul, 1939.

- 16.EITZEN, D. Stanley ve ZINN, Maxine Baca, *Social Problems*, (5th Edition), Allyn and Bacon pub., Boston, 1992.
- 17.ESPING-ANDERSEN, Gösta, “Toplumsal Riskler ve Refah Devletleri”, *Sosyal Politika Yazıları*, (Der.: Ayşe Buğra ve Çağlar Keyder), İletişim yay., İstanbul, 2006, s.s. 33-54.
- 18.ESPING-ANDERSEN, Gösta, *The Three Worlds of Welfare Capitalism*, Princeton University Press, Princeton-New Jersey, 1990.
- 19.FERRERA, Maurizio, “Sosyal Avrupa’da Güney Avrupa Refah Modeli”, *Sosyal Politika Yazıları*, (Der.: Ayşe Buğra ve Çağlar Keyder), İletişim yay., İstanbul, 2006, s.s. 195-230.
- 20.GOUGH, Ian, “Güney Avrupa’da Sosyal Yardım”, *Sosyal Politika Yazıları*, (Der.: Ayşe Buğra ve Çağlar Keyder), İletişim yay., İstanbul, 2006, s.s. 231-260.
- 21.GÜNAL, Pınar, *Avrupa Birliği’nin Sosyal Politikası Çerçevesinde Güney Avrupa Sosyal Devlet Modeli ve Türkiye*, (Yayınlanmış Sosyal Yardım Uzmanlık Tezi), T.C. Başbakanlık Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Genel Müdürlüğü (SYDGM) yay., Ankara, 2009.
- 22.GÜZEL, Ali ve OKUR, Ali, *Sosyal Güvenlik Hukuku*, (5. Baskı), Beta Basım Yay., İstanbul, 1996.
- 23.HABLEMİTOĞLU, Şengül; GÖNEN, Emine ve ÖZMETE, Emine, “Yoksulluk ve Sürdürülebilir Yaşam Kalitesi İçin Sosyal Hizmetler”, <http://www.geocities.com/hablemitoğlu/yoksulluk.htm>_(Erisim: 24 Nisan 2006).
- 24.HANÇERLİOĞLU, Orhan, *Toplumbilim Sözlüğü*, Remzi Kitabevi yay., İstanbul, 1986.
- 25.HARRINGTON, Michael, *The New American Poverty*, Holt, Rinehart and Winston pub., New York, 1984.
- 26.IŞIK, Oğuz ve PINARCIOĞLU, M. Melih, *Nöbetleşe Yoksulluk: Sultanbeyli Örneği*, (2. Baskı), İletişim yay., İstanbul, 2002.
- 27.İBN-İ HALDUN, *Mukaddime*, Cilt: 1, (Çev.: Zakir Kadir Ugan), Milli Eğitim ve Gençlik ve Spor Bakanlığı yay., Devlet Matb., İstanbul, 1986.
- 28.İKİZOĞLU, Musa, “Türkiye’de Yoksulluk ve Sosyal Yardım Uygulamalarının Bugünkü Durumu”, *İnsani Gelişme ve Sosyal Hizmet (Prof. Dr. Nesrin Koşar’a Armağan)*, (Yay. Haz.: Kasım Karataş ve Çiğdem Arıkan), Hacettepe Ün. Sosyal Hizmetler Yüksek Okulu yay., Ankara, 2001, s.s. 161-169.
- 29.İKİZOĞLU, Musa, *Yoksulluk ve Sosyal Yardım İlişkisi: Ankara Mamak İlçesinde Ampirik Bir Araştırma*, Hacettepe Ün. S.B.E. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Ankara, 2000.

30. *İnsan Hakları Evrensel Bildirgesi*, Say yay., İstanbul, 1996.
31. İNSEL, Ahmet, “İki Yoksulluk Tanımı ve Bir Öneri”, *Toplum ve Bilim*, Sayı: 89, (Yaz/2001), s.s. 64–65.
32. KONGAR, Emre, *Sosyal Çalışmaya Giriş*, Sosyal Bilimler Derneği yay., Ankara, 1972.
33. KORAY, Meryem, *Avrupa Toplum Modeli*, (2. Baskı), İmge Kitabevi yay., Ankara, 2005(b).
34. KORAY, Meryem, *Sosyal Politika*, (2. Baskı), İmge Kitabevi yay., Ankara, 2005(a).
35. KOŞAR, Nesrin G., *Sosyal Hizmetlerde Sosyal Yardım Alanı*, Sevinç Matb., Ankara, 2000.
36. KROPOTKİN, Pyotr, *Evrimin Bir Faktörü: Karşılıklı Yardımlaşma*, (Çev.: Işık Ergüden ve Deniz Güneri), Kaos yay., İstanbul, 2001.
37. LANDES, David S., *The Wealth and Poverty of Nations*, W. W. Norton, New York, 1998.
38. MARSHALL, Gordon, *Sosyoloji Sözlüğü*, (Çev.: Osman Akınhay ve Derya Kömürçü), Bilim ve Sanat yay., Ankara, 1999.
39. ÖZDEMİR, Süleyman, *Küreselleşme Sürecinde Refah Devleti*, (2. Baskı), İstanbul Ticaret Odası yay., İstanbul, 2007.
40. ROSANVALLON, Pierre, *Refah Devleti’nin Eleştirisi*, (Çev.: Burcu Şahinli), Dost Kitabevi yay., Ankara, 2004.
41. SARGUTAN, A. Erdal, *Sosyal Politika Bilimi*, Hacettepe Ün. Yay., Ankara, 2006.
42. SEYYAR, Ali, *Sosyal Güvenlik Terimleri (Ansiklopedik Sözlük)*, Beta Basım yay., İstanbul, 2002.
43. ŞENİ, Nora, *Oryantalizm ve Hayırseverliğin İttifakı*, (Çev.: Elif Ertan), Yapı Kredi yay., İstanbul, 2009.
44. ŞENKAL, Abdülkadir, *Küreselleşme Sürecinde Sosyal Politika*, (3. Baskı), Alfa Basım yay., İstanbul, 2011.
45. ŞENSES, Fikret, *Küreselleşmenin Öteki Yüzü: Yoksulluk*, (4. Baskı), İletişim yay., İstanbul, 2006.
46. T.C. Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilâtı, *Kalkınma Planı (Birinci Beş Yıl) 1963–1967*, DPT yay., Ankara, 1963.
47. TALAS, Cahit, *Sosyal Ekonomi*, Sevinç Matb., Ankara, 1979.
48. TALAS, Cahit, *Türkiye’nin Açıklamalı Sosyal Politika Tarihi*, Bilgi yay., Ankara, 1992.
49. TAŞÇI, Faruk, *Sosyal Politikalarda Can Simidi: Sosyal Yardım*, Nobel yay., İstanbul, 2010.

- 50.TUNA, Orhan ve YALÇINTAŞ, Nevzat, *Sosyal Siyaset*, Filiz Kitabevi, İstanbul, 1994.
- 51.TUNÇOMAĞ, Kenan, *Sosyal Güvenlik Kavramı ve Sosyal Sigortalar*, (2. Baskı), Gür-Ay Matb., İstanbul, 1982.
- 52.WORLD BANK, *World Development Report 2000/2001: Attacking Poverty*, World Bank, Washington, 2000.
- 53.YAZGAN, Turan, *Gelir Dağılımı Açısından Sosyal Güvenlik*, İstanbul Ün. Yay., İstanbul, 1975.

38. Bölüm

Sürdürülebilir Kalkınma Anlayışına Yönelik Döngüsel Ekonomi Modeline Geçişte Endüstriyel Simbiyoz Yaklaşımı

Ayşegül ÖZKAN¹

¹ Arş. Gör.; Uşak Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve Finansman Bölümü, a.ozkan@usak.edu.tr, ORCID No: 0000-0002-5748-1058.

ÖZET

Sanayi Devrimi'yle birlikte toplumlarda hızla yaygınlaşan kitlesel üretim ve tüketim faaliyetlerinin artışı beraberinde kaynakların fazla ve verimsiz tüketilmesini, çevresel sorunların ve atıkların artmasını da getirmiştir. Zamanla bu gidişatın ekosistemler üzerinde hissedilir tahribat oluşturarak önlem alınması gerekliliğini ortaya çıkarmıştır. Sınırlı sayıda kaynağa sahip oluşumuz ve her geçen gün çevresel sorunların patlak vermesi toplumları sürdürülebilirliği sağlamak için çözüm arayışına yöneltmiştir. Yani ekonomik kalkınmanın tek başına yeterli olmadığı; aynı zamanda sosyal ve çevresel boyutların dikkate alındığı kalkınma modellerine geçilmelidir. İklim değişikliği, kaynak tüketimi, çevreye duyarlılığı dikkate alan, iş birliğini artıran ve sürdürülebilir kalkınmaya giden yolda zamanla ortaya birçok kavram, yaklaşım ve uygulama çıkmıştır.

Sürdürülebilir kalkınma konsepti gelecek nesillerin kendi ihtiyaçlarına cevap verme yeteneğini tehlikeye atmadan mevcut ihtiyaçların temin edilmesini hedefleyen bir anlayıştır. Bu anlayışın endüstri sektöründe uygulama şekli olan endüstriyel simbiyoz, endüstriler arası hammadde ve enerji akışlarının değişimine izin veren çevresel odaklı bir yaklaşımdır. Bu fikir doğal ekosistemlerde oluşan simbiyotik ilişkilerin benzerinin firmalar arasında oluşturulmasından gelmektedir. Endüstriyel simbiyoz uygulamaları sonucunda birincil kaynak tüketimi, atık/tehlikeli atık miktarı, maliyet ve karbondioksit salınımında azalma, satışlarda, yeni istihdam olanağı, iş birliği kültürü, inovasyon ve girişimcilikte artışlar görülmüştür. Bu çalışmada, sürdürülebilir kalkınma anlayışına yönelik döngüsel ekonomi modeli ve endüstriyel ekoloji kavramlarının bir aracı olarak endüstriyel simbiyoz yaklaşımı irdelenecektir. Bu doğrultuda sürdürülebilir kalkınma ve döngüsel ekonomi açıklandıktan sonra endüstriyel simbiyozun gelişimi, tanımı ve araçları hakkında genel bir bilgi verilecektir.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilir Kalkınma, Döngüsel Ekonomi, Endüstriyel Simbiyoz

GİRİŞ

Sanayi Devrimi'yle toplumlarda hızla yaygınlaşan kitlesel üretim ve tüketim faaliyetleri beraberinde madde ve enerji akışlarını değiştirmiştir. Sanayileşmenin sonucu olarak hissedilir ve gözle görülür hale gelen çevre ve iklim problemlerinin en önemli küresel riskler arasında yer alması bu riskleri ve boyutunu son yıllarda daha fazla ön plana çıkarmıştır. Dünya Ekonomik Forumu'nun istatistiklerine bakıldığında özellikle 2010 ve sonrası iklim değişikliği, sera gazı emisyonları, doğal afetler, olağandışı hava olayları ve çevre problemleri gibi küresel risklerin ilk sıralarda yer aldığı ve önem derecelerinin de giderek arttığı görülmektedir. Dolayısıyla küresel risklerin yıkıcı etkilerini azaltmak ve kaynakları etkin ve verimli kullanmak için alışkın olunan doğrusal ekonomi modelinden döngüsel ekonomiye geçilmesi gerektiği uluslararası pek çok platformda konuşulmaktadır. Bu geçiş birincil hammadde ve yenilenemeyen enerji kaynaklarına olan bağımlılığın azaltılması ile doğal kaynaklar üzerindeki beşeri baskının azaltılmasını ifade etmektedir.

Sürdürülebilir kalkınma kavramının uluslararası tanınırlık kazanmasıyla ekonomilerin de sürdürülebilir kalkınma hedefleri doğrultusunda revize edilmesi gerekmiştir. Sürdürülebilir kalkınmanın hedeflerine başarıyla ulaşılabilmesi için ekonomik, sosyal ve çevresel boyutun eşanlı gerçekleşmesi gerekmektedir. Sürdürülebilirliği sağlamanın başka bir yolu da doğrusal ekonomi yerine yeni bir yaklaşım olan döngüsel ekonomi modelini aktif hale getirmektir. Şüphesiz ki ekosistemlerin çöküşü, çevresel tahribatın artması ve doğal kaynak rezervlerinin azalması gibi sorunlar değişime yol açmış ve bu durum yeni kavramları ortaya çıkarmış ve çıkarmaya da devam edecektir. Bu dönüşümün içinde çevre ve ekonomi birlikteliğini sağlama noktasında döngüsel ekonomi kavramı ön plana çıkmıştır. Döngüsel ekonomi, ürünlerin ve malzemelerin teknik ve biyolojik çevrimlerde etkili bir şekilde sistem içinde dolaşmasını sağlayan, kaynak verimliliğini artıran ve maliyetleri azaltan sürdürülebilir bir modeldir. Döngüsel ekonomi modelinde nihai mal ve hizmet tüketimlerinden sonra ortaya çıkan atıkların geri kazanım yöntemleri ile üretim süreçlerinde ikincil hammadde ve enerji kaynağı olarak ekonomiye yeniden dahil edilmesi söz konusudur. Dolayısıyla döngüsel ekonomi, sürdürülebilir kalkınmanın ekonomik ve çevresel boyutuyla yakından ilişkili bir kavramdır.

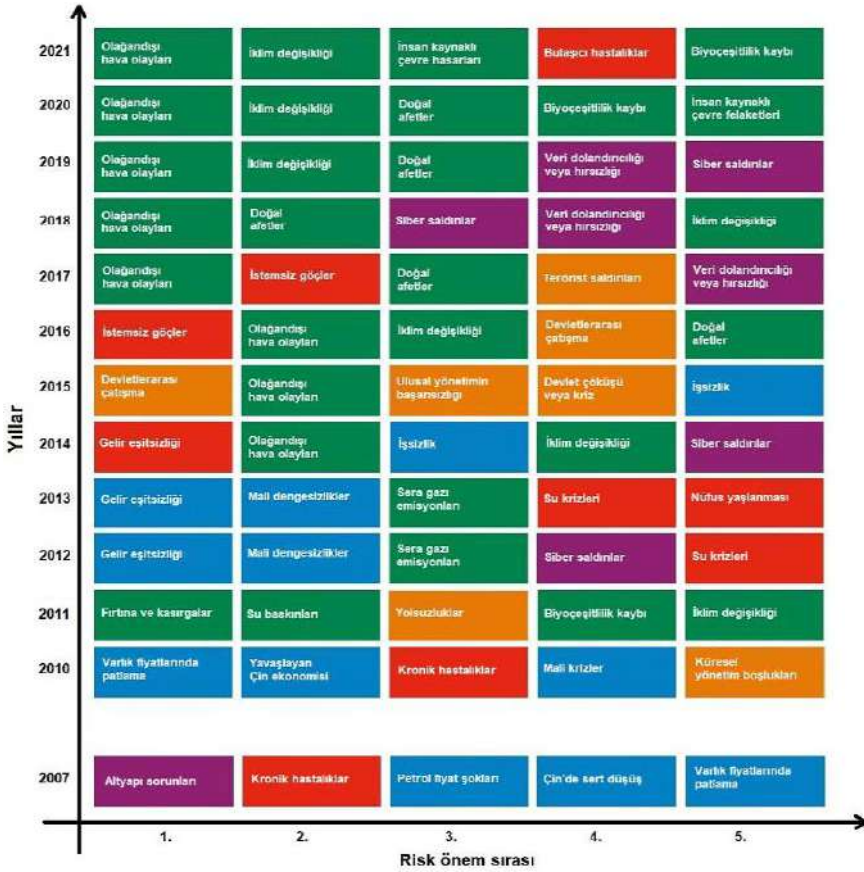
Endüstri sektörünün döngüsel ekonomiye uyumlu hale getirilmesinde endüstriyel ekolojinin firmalar arasında işlerlik kazanan boyutunu ifade eden endüstriyel simbiyoz son yıllarda dikkatleri üzerine çekmiştir. Endüstriyel simbiyoz, belirli bir bölgede bulunan ve birbirlerinden farklı üreticilerin içinde bulundukları mekânsal sınırlar dahilinde doğal kaynakları etkin ve verimli kullanması, enerji güvenliği, sürdürülebilir büyüme, atıkların bertaraf edilmesi

ve ikincil hammadde değeri kazanmasıyla üretim maliyetleri ile ekolojik ayak izinin azaltılması için madde, enerji ve bilgi paylaşımında bulunarak herhangi bir firmanın tek başına elde edebileceği kazanımlardan çok daha fazlasını dayanışma içinde elde edebildiği bir iş-örgütlenme modelini ifade etmektedir. Bu durumu örneklendirmek gerekirse simbiyotik ilişki içinde bulunan bir endüstriyel üreticinin atığı başka bir endüstriyel üreticinin ikincil hammaddesi ya da tüm endüstriyel bölgenin yararlandığı enerji kaynağının bir parçası olabilmektedir. İlk kez Danimarka'nın Kalundborg kentinde 1959 yılında hayata geçirilen endüstriyel simbiyozun başarısı bu iş birliği modelinin tüm dünyada hızla yaygınlaşmasına neden olmuştur. 2008 yılında uygulanabilirlik araştırması yapılarak 2011 yılında hayata geçirilen İskenderun Körfezi Endüstriyel Simbiyoz Projesi, Türkiye'de endüstriyel simbiyoz alanında yapılan en önemli çalışmadır.

Endüstriyel simbiyoz ile birincil kaynak kullanımı, atık miktarı, karbon salınımı, çevresel kirlilik, su ve enerji kullanımı, üretim maliyetleri ve üretimdeki riskler önemli ölçüde azalırken; yeni istihdam olanakları ve ürün çeşitliliği, maliyet tasarrufu, başta çevre mevzuatları olmak üzere birçok mevzuata uyum, rekabeti arttırdığı gibi iş birliğine de önemli katkılar sunmaktadır. Tüm bu kazançlar düşünüldüğünde endüstriyel simbiyozun dünya genelinde olduğu gibi Türkiye ekonomisinde de çeşitli oluşumların meydana gelmesi şaşırtıcı olmayacaktır. Bu çalışmanın amacı ise endüstriyel simbiyoz kavramını detaylı biçimde anlatmaktır. Bu amaç doğrultusunda endüstriyel simbiyoz kavramı, tarihsel olarak gelişimi ve endüstriyel simbiyoz araçları açıklanacaktır.

1. SÜRDÜRÜLEBİLİR KALKINMA

Sanayi Devrimi'yle başlayan ve 2. Dünya Savaşı'ndan sonra hız kazanan kalkınma girişimleri bütün ülkelerde sanayileşmeyi artırırken, diğer taraftan tehdit oluşturacak birçok çevresel sorunun oluşumuna temel hazırlamıştır. Diğer taraftan kontrolsüz nüfus artışı doğal sistemler üzerinde baskı oluşturarak tüketim çılgınlığıyla bu durumu hızlandırmıştır. Fakat bu gidişatın ekolojik dengiyi bozduğu ve nedeninin ise çevre ile kalkınma arasındaki ilişkinin göz ardı edilmesi olduğu 1970'lerin başında anlaşılmaya başlamıştır. Şekil 1'deki Dünya Ekonomik Formu'nun istatistiklerine bakıldığında özellikle 2010 ve sonrası iklim değişikliği, sera gazı emisyonları, doğal afetler, olağandışı hava olayları ve çevre problemleri gibi küresel risklerin ilk sıralarda yer aldığı ve önem derecelerinin de giderek arttığı görülmektedir.



Şekil 1. Risk Önem Derecesine Göre Küresel Riskler

Kaynak: Dünya Ekonomik Formu Küresel Riskler Raporu, 2021: 14.

Benzer şekilde 2023 yılında Dünya Ekonomik Formu tarafından 1200'den fazla uzman, politika yapıcı ve sektörün öncülerinin görüşleri doğrultusunda birbirleriyle derinden bağlantılı kısa ve uzun vadeli küresel risklerin yer aldığı rapor yayınlanmıştır. Önümüzdeki on yılda jeopolitik ve ekonomik eğilimlerin tetiklediği çevresel ve toplumsal krizlerin yer aldığı rapor, kısa vadede yaşam maliyeti krizinin en ciddi küresel risk olarak belirlerken; iklim değişikliğini önleme ve uyum sağlamada başarısızlık ise uzun vadeli en ciddi küresel risk olarak görülmektedir. COVID-19 pandemisinin ardından Avrupa'daki savaşın patlak vermesiyle enerji, gıda ve güvenlik krizlerini yeniden gün yüzüne çıkarmış ve bunlar enflasyon, yaşam pahalılığı, artan borç sıkıntısı, durgunluk, ticari savaşlar, jeopolitik çatışmalar ve nükleer savaş tehdidi olarak karşımıza çıkmıştır. Uzun vadede ise en büyük risk iklim değişikliği ve çevresel sorunlar olduğu göze çarpmaktadır. Ülkeler, ekosistem üzerine binen aşırı yükün

hafifletilmesi ve iklim adaptasyonu konusunda etkin bir iş birliği yapmadığı takdirde küresel ısınma ve ekolojik bozulma artarak devam edecektir. Ayrıca gerekli önlemler alınmazsa, bu riskler zincirleme etkilerle toplumun en zayıf kesimi ve kırılgan ülkeler tarafından çok ciddi şekilde hissedilecektir. Öte yandan iklim ve çevre krizleri doğal ekosistemler üzerindeki aşırı yükler oluşturmaya devam etmekte ve ekosistemlerin çöküşünü hızlandırmaktadır. Raporda dünyanın birçok alan için kritik bir dönüm noktasında olduğu açıkça vurgulanmaktadır. Bu raporda yer alan kısa ve uzun vadeli en ciddi küresel riskler Şekil 2’de yer almaktadır. Bu riskler taşma noktasına ulaşmadan önce toplu eylem değişikliğine ihtiyaç duyulmaktadır. Sürdürülebilir kalkınma da çevre ile kalkınma arasındaki kritik dengeyi korumak adına bu doğrultuda ortaya çıkan kavramdır.



Şekil 2. Kısa ve Uzun Vadede Önem Derecesine Göre Küresel Riskler

Kaynak: Dünya Ekonomik Formu Küresel Riskler Raporu, 2023: 6.

Sürdürülebilirlik kavramının kökleri 1800’lü yıllara kadar gitse de çevre ile ilişkilendirilmesi 1970’lerin başına denk gelmektedir. Başlarda sadece bilimsel araştırmalara konu olan bu süreç 1972 yılında Stockholm’de gerçekleştirilen Birleşmiş Milletler (BM) İnsani Çevre Konferansı ile farklı bir boyuta taşınmış ve ardından Avrupa Birliği (AB) gibi uluslararası kurumların gündeminde yer edinmeye başlamıştır. Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu’nun 1987 yılında yayınladığı “Ortak Geleceğimiz (Our Common Future)” başlıklı raporda, ‘sürdürülebilir kalkınma, bugünün gereksinimlerini, gelecek nesillerin kendi

gereksinim ve beklentilerini karşılayabilme olanaklarından ödün vermeksizin karşılamak' şeklinde tanımlanmıştır (WCED, 1987: 16).

Sürdürülebilir kalkınma çevresel (ekolojik), ekonomik ve sosyal (toplumsal) alanlarda eş anlı sürdürülebilirliklerin gerçekleştirilebilmesi ile hayata geçebilecek olan bir hedeftir. Sürdürülebilir kalkınmayı meydana getiren saç ayakları aşağıda yer alan başlıklar kapsamında kısaca açıklanabilir (Harris, 2000: 4-5; Ergün ve Çobanoğlu, 2012: 101-103):

Çevresel sürdürülebilirlik: İnsanların doğal kaynak tüketimleri ve beraberinde ortaya çıkan ekolojik ayak izinin dünyanın biyolojik arz kapasitesini aşmayacak seviyede tutularak ekolojik dengenin ve biyolojik çeşitliliğin korunması.

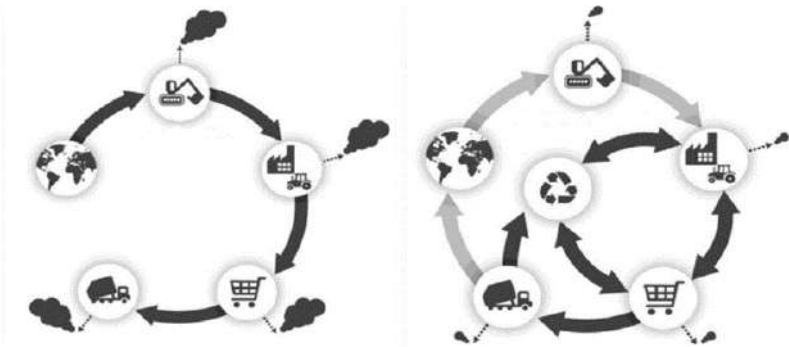
Ekonomik sürdürülebilirlik: Küresel olarak tüm toplumların bağımsız bir şekilde ihtiyaçlarını karşılayacak olan kaynaklara erişim imkanına sahip olması; güvenceli gelir kaynağı sağlayacak olan ekonomik aktivitelerin sürekli olması hem beşeri hem de doğal kaynakların optimal kullanım ve geri kazanım ile değerinin korunarak gelecek nesillere aktarılması ve üretime zarar veren aşırı sektörel dengesizliklerden kaçınılması.

Toplumsal sürdürülebilirlik: Evrensel insan hakları bağlamında hem günümüz hem de gelecek nesiller için sağlıklı ve güvenli toplumlar oluşturabilme doğrultusunda günümüz aktörlerinin temel hak ve özgürlüklere saygı göstermesi; tüm insanların ayrımcılığa karşı korunması ve beşeri potansiyelin ortaya çıkarılabilmesi için fırsat eşitliğinin (eğitim, sağlık, istihdam, siyasal katılım vb.) güçlendirilmesini ifade etmektedir.

Sürdürülebilir kalkınma anlayışının uluslararası tanınırlık kazanmasıyla birlikte bu kavramın karşı karşıya olunan sorunları çözebilmesi için yeni amaçlara gereksinim duyulmuştur. Nitekim mevcut ekonomik düzen içerisinde bunun gerçekleşmesinin mümkün olmadığının anlaşılması yeni ekonomik yaklaşım arayışlarını da beraberinde getirmiştir. Bu doğrultuda çevreye minimum hasar veren üretim ve tüketim kalıplarına doğru geçişin gerekliliğini vurgulayan ekonomik kalkınma modelleri ön plana çıkmıştır. Geçen süre zarfında pek çok farklı kavram ortaya çıkmış ve eko-verimlilik, temiz üretim, yeşil ekonomi, döngüsel ekonomi, endüstriyel ekoloji ve endüstriyel simbiyoz bu kavramlardan bazılarıdır. Bu kavramlar doğal kaynaklar ve enerjinin verimli kullanılması ve atıkların azaltılmasını sağlayarak sürdürülebilir kalkınmayı teşvik eden bir etki ortaya çıkarmaktadır. Ayrıca yeni ürünlerin yaratılmasını, yeni pazarlarda rekabet gücünün artırılmasını ve çevreye zarar vermeden kaliteli istihdam ile sürdürülebilir ekonomik kalkınmanın teşvik edilmesini sağlamaktadır (Gregorio vd., 2018: 2).

2. DÖNGÜSEL EKONOMİ MODELİ

Doğrusal ekonomi (linear economy) modeli bağlamında temellenen endüstriyel üretim ve tüketim süreçlerinde ekosistemlerden ayıklanan birincil hammadde ve enerji akışları ekosistemlerden ayıkla, üret, tüket ve at şeklinde doğrusal bir yol izlemektedir. Bu yaklaşımı ifade eden *cradle to grave* (beşikten mezara) endüstriyel tasarım anlayışı, geri kazanılabilir nitelikte olmayan atıkların oluşumuna da kaynaklık etmektedir. Bahsi geçen bu atıklar sınırsız iken bu atıkları bertaraf edecek olan biyolojik kapasite sınırlıdır. Ayrıca sürdürülebilirlikten uzak bir şekilde birincil hammadde ve enerji kaynaklarına olan bağımlılık tamdır. Yeniden kullanım ekonomisinde nihai mal ve hizmet üretimi ve tüketimlerinden sonra ortaya çıkan atıkların geri kazanım yöntemleriyle üretim süreçlerinde ikincil hammadde ve enerji kaynağı (organik bileşenli atıklardan dolayı deponi sahalarında oluşan metan gazının elektrik üretiminde kullanımı gibi) olarak ekonomiye yeniden dahil edilmesi söz konusudur. Dolayısıyla yeniden kullanım ekonomisinin birincil hammadde ve enerji kaynaklarına olan bağımlılığı doğrusal ekonomi sistemdekine kıyasla çok daha azdır. Ayrıca yeniden kullanım ekonomisinde doğal kaynakların sınırlı olarak kullanımı ve sınırlı miktarda atık oluşumu gibi hedefler söz konusudur. Döngüsel ekonomi ise mevcut tek yönlü doğrusal ekonomi modeline alternatif olarak sorunlar ile başa çıkabilen sürdürülebilir ve güvenilir bir ekonomik kavram olarak ortaya atılmaktadır. Şekil 3'te görülebileceği gibi doğrusal ekonomi modelinde tüm süreçlerde atık oluşumu söz konusuysa; döngüsel ekonomi modelinde kaynaklar mümkün olduğunca üretim sürecinde tutularak çevreye olan tahribat ve atık oluşumu azalmaktadır.



Şekil 3. Doğrusal ve Döngüsel Ekonomi

Kaynak: Sauvé et al, 2016: 52.

Üretim sürecinde artan hammadde, enerji ve doğal kaynak kullanımı ve bunların tükenebilir olması, ekonomik birimlerin çevreye verdiği zarar, talebin

ve buna bağlı olarak atıkların artması yeni bir kalkınma modeli arayışını tetiklemiştir. Bu noktada döngüsel ekonomi modeli sürdürülebilir kalkınma hedefleri doğrultusunda kaynakların mümkün olduğu kadar sistem içerisinde tutmayı amaçlayan bir kalkınma modeli olarak karşımıza çıkmaktadır. Atık yönetimi, atıkların yeniden kazanımı, ürün yaşam döngüsü ve yeniden kullanım döngüsel ekonomi için önemli kavramlardır. Yani doğrusal ekonominin al-yap-at (take-make-dispose) mantığı yerini döngüsel ekonomi modelinde temel olarak yap-kullan-geri kazan (make-use-recover) mantığına bırakmıştır. Kullanım süresinin sonuna ulaşan bir ürün tekrar kullanılmak üzere döngüde kaldığı ve atık oluşumu ile kaynak kullanımı en aza indirildiği için döngüsel ekonomi sürdürülebilir bir kalkınma modeli olarak görülmektedir. Özetle döngüsel ekonomi atık ve kirliliği ortadan kaldırma, geri dönüşüm, ürün-hammaddeleri mümkün olduğunca kullanımda tutma, yeniden kullanım, tasarlama ve dağıtım, paylaşma, parça değişimi, onarım, daha az kaynak kullanımı, ikame etme, dayanıklı ürün üretimi, biyolojik ortamda çözülen ürünler üretme gibi konseptleri bünyesinde barındırmaktadır.

Döngüsel ekonomi kavramını tanımlayacak olursak literatürde karşımıza çok fazla tanım çıkacaktır. Bu tanımlardan bazıları şu şekildedir. Geissdoerfer vd. (2017: 759)'un tanımına göre, döngüsel ekonomi materyal ve enerji akış döngülerinin yavaşlatılması, daraltılması ve kapatılması yoluyla kaynak girişi, atık, emisyon ve enerji kayıplarının minimize edildiği yenileyici bir sistemdir. Murray vd. (2017: 369)'a göre döngüsel ekonomi, ekosistem işleyişini ve insan refahını en üst düzeye çıkarmak için planlama, kaynak sağlama, satın alma, üretim ve yeniden işlemenin hem süreç hem de çıktı olarak tasarladığı ve yönetildiği ekonomik bir modeldir. Döngüsel ekonomi üzerine projeler yürüten Ellen MacArthur Vakfı (EMF) ise, döngüsel ekonomiyi yeniden dizayn edilmiş bir sanayi ekonomisine, malzeme akışlarının dikkatlice yürütülmesine, yenilenebilir enerji kullanılmasına, toksin kimyasalların kullanımının azaltılmasına, yeniden tasarlanmış bir sistem ile atık oluşumunu ortadan kaldırılmasına dayanan bir yaklaşım olarak tanımlamıştır (EMF, 2013: 22). Döngüsel ekonominin hammadde kullanımının ve atık miktarının en aza indirildiği, kaynakların mümkün olduğunca üretim sürecinde tutulduğu ve ürün yaşam döngüsünü tamamlayan ürünlerin üretim sürecine yeniden entegre edildiği bir kalkınma modeli olduğu tespit edilmiştir (Suárez-Eiroa vd., 2019: 953).

Şekil 4'te onarıcı bir endüstriyel sistem olarak tanımlanan döngüsel ekonomi modelinde kaynak ve materyaller sürekli olarak akışta kalacak şekilde tasarlanmıştır. Şekil 4 detaylı incelendiğinde, tasarımda yer alan kaynaklar biyolojik ve teknik materyaller olmak üzere iki kategoriye ayrılmıştır. Biyolojik

materyaller tarım ve hayvancılık faaliyetleri sonrası ürünler, biyogaz ve biyokimyasal maddeler toksik olmadığı için ekosisteme geri aktarılır. Böylelikle kullanılmış ürünler giderek daha fazla bir şekilde sistem içine dâhil edilerek enerji geri kazanımı sağlanır ve atıklar katı atık depolama sahasına gönderilir. Teknik materyaller ise biyolojik olarak parçalanamayan metal, polimerler ve alaşımlar gibi malzemelerden oluşurken; bunlar onarım, tekrar kullanım ve geri dönüşüm yoluyla tekrar sisteme dâhil edilir, kalanlar toplanır ve atık depolama sahalarına gönderilir. Biyolojik materyallerden farklı olarak teknik materyaller diğer uygulamalara kademelendirilemez, ancak gömülü enerjinin işlevselliği, bütünlüğü ve değeri yeniden pazarlama, yeniden kullanım, demontaj ve yeniden üretim yoluyla korunur.



Şekil 4. Onarıcı Bir Endüstriyel Sistem Olarak Döngüsel Ekonomi

Kaynak: Ellen MacArthur Foundation (EMF), 2013: 29.

3. ENDÜSTRİYEL SİMBİYOZUN GELİŞİMİ

Nüfus artışına paralel olarak artan tüketim sürdürülebilirliği sağlanması adına doğal kaynakların etkin kullanılması, atık yönetimi, kirliliğin azaltılması, yeniden kullanım ve geri dönüştürme gibi çeşitli politikaların gelişmesiyle sonuçlanmıştır. Son yıllarda atıkların geri kazanılmasına yönelik adımlar atılmış ve uzun vadeli sürdürülebilirliği sağlamak için endüstride de dönüşüm yapılması gerektiği vurgulanmıştır. Bu bağlamda endüstriyel ekoloji devreye girmiştir. 1989 yılında Frosch ve Gallapagos tarafından yapılan çalışmalarda ele alınan endüstriyel ekoloji, bir ürün veya hizmetin üretiminde kullanılan hammaddelerin uzun sürelerde kullanılması ve bu üretimin çevreye yansıyan

olumsuz etkisini asgari düzeyde tutmayı ifade eden bir kavramdır. İlgili yazında terminolojik olarak üzerinde uzlaşmış ortak bir tanımı bulunmayan endüstriyel ekoloji kavramının karakteristik özellikleri aşağıdaki maddeler bağlamında ifade edilebilir (Garner ve Keoleian, 1995: 4):

- Endüstriyel ve ekolojik sistemler arasındaki etkileşimi konu alır,
- Madde ve enerji akışları ile dönüşümlerini inceler,
- Sistem yaklaşımı bağlamında bütüncül verilere erişmeyi hedefler,
- Disiplinler arası bir alandır,
- Geleceğe yöneliktir,
- Doğrusal-açık endüstriyel süreçlerden döngüsel-kapalı endüstriyel süreçlere geçişi ve böylece bir endüstri atığının diğer bir endüstrinin girdisi haline dönüşebilmesi için stratejiler geliştirir,
- Endüstriyel faaliyetlerin ekolojik sistemler üzerindeki olumsuz etkisini azaltmayı hedefler,
- Endüstriyel faaliyetler ile ekolojik sistem arasında uyumlu bütünleşme arayışına vurgu yapar,
- Ekolojik sistemlerin kaynak kullanımında verimlilik ve sürdürülebilirliği sağlayan özelliklerinin (simbiyoz¹ gibi) endüstriyel sistemlere uyarlanma gayretidir.

Chertow (2000: 315)'a göre Tablo 1'de de gösterildiği üzere endüstriyel ekoloji üç farklı ölçekte işlerlik kazanmaktadır. Endüstriyel ekoloji tesis-firma içi, firmalar arası ve bölgesel veya küresel olmak üzere üç ölçekte odaklanmaya izin vermektedir. Tesis-firma içi her ne kadar önemli olsa da endüstriyel ekolojinin büyük çoğunluğu birkaç işletme arasında değişim seçeneklerini içerdiğinden firmalar arası ölçekte gerçekleşir. Endüstriyel ekolojinin firmalar arası ölçekte işlerlik kazanan boyutu olan endüstriyel simbiyoz (endüstriyel ortak yaşam), firmalar arasındaki çeşitli değişim ve etkileşimleri kapsamaktadır. Planlanarak yeni bölgesel gelişmelere uygulanabileceği gibi önceden var olan sanayi bölgelerine uygulanabilen endüstriyel simbiyoz uygulamalarıyla bölgesel, çevresel ve ekonomik faydalar elde edilmektedir.

¹ Doğada biyolojik olarak kurulan simbiyotik ilişkileri ifade etmek için kullanılan simbiyoz kavramı: Birbirlerinden farklı ve tek başlarına yaşamlarına devam edebilen en az iki türün; karşılıklı madde, enerji ve bilgi paylaşımı içinde bulunarak tek başlarına elde edebilecekleri faydadan çok daha fazlasını (daha kolay bulma gibi) elde edebildikleri "*mutualizm*" (ortak yaşam) durumunu ifade etmektedir (Chertow, 2000: 314).

Tablo 1: Endüstriyel Ekolojinin Uygulama Ölçekleri

SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK		
ENDÜSTRİYEL EKOLOJİ		
Tesis-Firma İçi	Firmalar Arası	Bölgesel/Küresel
Çevreye Duyarlı Endüstriyel Tasarımlar	Endüstriyel Simbiyoz (Eko-endüstriyel parklar)	Bütçeleme ve fiyatlandırma
Kirlilik Oluşumunu Kaynağında Önleme	Ürün Yaşam Döngülerini Hesaplama	Madde ve enerji akış çalışmaları (Endüstriyel metabolizmalar)
Yeşil Muhasebeleştirme	Sanayi sektöründeki girişimler	

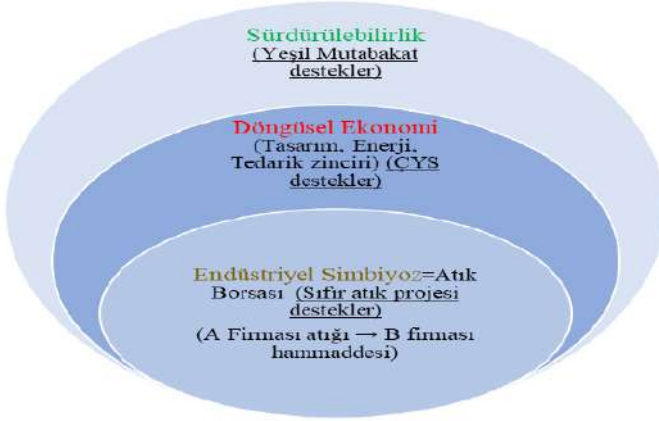
Kaynak: Chertow, 2000: 315.

4. SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK, DÖNGÜSEL EKONOMİ VE ENDÜSTRİYEL SİMBİYOZ İLİŞKİSİ

Sürdürülebilir kalkınma anlayışına yönelik olarak belirlenen hedeflere ulaşılabilmek için küresel ölçekte pek çok araştırma yapılmış, bunlar sonucunda ortaya çıkan pek çok model ekonomilere uygulanmış ve bazı gelişmeler kaydedilmiştir. Her ne kadar sürdürülebilirlik kavramının ilk çıkışından günümüze kadar yol kat edildiği görülse de hedeflenen noktalara ulaşma konusunda hala geride kalınmış ve bunun için önemli değişikliklerin yapılması gerekmektedir. Sürdürülebilirlik konseptinin yaşamın tüm alanlarına ve tüm sektörlerle uygulanması gerekmektedir. Bu bağlamda endüstri sektöründe sürdürülebilirliği sağlamak amacıyla endüstriyel ekolojinin firmalar arasında işlerlik kazanan boyutunu ifade eden endüstriyel simbiyoz son yıllarda dikkatleri üzerine çekmiştir.

Aşağıdaki Şekil 5'te sürdürülebilirlik, döngüsel ekonomi ve endüstriyel simbiyoz kavramları arasında nasıl bir ilişki olduğu gösterilmiştir. Başta çevre ve iklim problemleri olmak üzere küresel risklerin yıkıcı etkilerini azaltmak ve kaynakları etkin ve verimli kullanmak için alışkın olunan doğrusal ekonomi modelinden döngüsel ekonomi modeline doğru geçiş yaşanmıştır. Endüstriyel ekolojinin firmalar arası boyutu olan endüstriyel simbiyoz, belirli bir bölgede konumlanan ve birbirlerinden farklı üretim/sanayi süreçlerinin bir arada ele alındığı ve bu süreç sonrası ortaya çıkan atıkların başka bir endüstriyel firmanın girdisi (hammadde) olarak kullanıldığı iş-örgütlenme modelinden faydalanılmaktadır. Firmalar arası girdi ve enerji akışlarının değiş tokuşu ve atık yönetimi yoluyla hem birincil kaynak kullanımı hem de çevresel maliyetler

azaltılmaya çalışılmaktadır. Bunun sonucunda kaynakların verimliliği artmakta ve daha az kaynak sistem içerisine dahil etmekte; bu da sürdürülebilirlik hedeflerinin uygulanmasına yardımcı olmaktadır. Bu nedenle endüstri sektöründe sürdürülebilirliğin sağlanabilmesi için döngüsel ekonomi ve endüstriyel simbiyoz çalışmalarının uygulanması gerekmektedir.



Şekil 5. Sürdürülebilirlik-Döngüsel Ekonomi-Endüstriyel Simbiyoz ilişkisi

Kaynak: Balbay vd., 2021: 560.

5. ENDÜSTRİYEL SİMBİYOZUN TANIMI

Simbiyoz terimi ilk kez mikolog Anton de Bary tarafından 1876 yılında biyolojide iki ya da daha fazla farklı organizmanın karşılıklı yarar esasına dayalı ortak yaşama biçimini tanımlamak üzere kullanılmıştır. Doğada biyolojik olarak kurulan simbiyotik ilişkileri ifade etmek için kullanılan simbiyoz kavramı: Birbirlerinden farklı ve tek başlarına yaşamlarına devam edebilen en az iki türün; karşılıklı madde, enerji ve bilgi paylaşımı içinde bulunarak tek başlarına elde edebilecekleri faydadan çok daha fazlasını (daha kolay besin bulma gibi) elde edebildikleri “mutualizm” (ortak yaşam) durumunu ifade etmektedir (Chertow, 2000: 314). Bu kavramdan yola çıkılarak endüstri sektöründe birbirinden farklı birden fazla firmanın karşılıklı yarar esasına dayalı yardımlaşarak kaynak ihtiyaçlarını karşılamak ve rekabet gücünü arttırmak amacıyla madde ve enerji değişimlerini ifade eden ilişkiye simbiyotik ilişki denilmiştir. Bu ilişki aşağıdaki Şekil 6’da gösterildiği gibi ifade edilebilir.



Şekil 6. Endüstri Sektöründe Simbiyotik İlişki
Kaynak: Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı (TTGV), 2014: 23.

Frosch ve Gallopoulos tarafından 1989 yılında endüstriyel aktiviteler için ilk kez gündeme getirilmiş olan *Endüstriyel Ekoloji* ve *Endüstriyel Ekosistem* kavramları ile Ayres tarafından ilk defa kullanılan *Endüstriyel Metabolizma* kavramlarından esinlenerek ortaya çıkan bir diğer uygulama biçimi de endüstriyel simbiyozdur. İlk olarak Lowe ve Evans (1995: 49) tarafından ortaya atılan endüstriyel simbiyoz kavramı, literatürde yer alan ulusal ve uluslararası çalışmalarda farklı araştırmacılar tarafından irdelenmiş olup farklı şekillerde tanımlandığı görülmektedir. Bu tanımlardan bazılarını aşağıda yer verilecektir.

Endüstriyel simbiyoz, birbirlerinden farklı alanlarda üretimler gerçekleştiren firmaların (İlk başarılı endüstriyel simbiyoz olan Kaldunborg örneğinde olduğu gibi çimento, tarım, ilaç, balıkçılık, petro-kimya, vd.) içinde bulundukları mekânsal sınırlar (genellikle eko-endüstriyel parklar şeklinde hayata geçirilen) dahilinde madde, enerji ve bilgi paylaşımında bulunarak herhangi bir firmanın tek başına elde edebileceği kazanımlardan çok daha fazlasını dayanışma içinde bulunan tüm paydaşların elde edebildiği bir iş-örgütlenme modelidir (Chertow, 2000: 314; Garner and Keoleian, 1995: 12). Bu tanımdan hareketle endüstriyel simbiyozun uygulanabilmesinde anahtar rolün iş birliği ve coğrafi yakınlığın sunduğu sinerjik imkanlar olduğu söylenebilir.

Deutz ve Lyons (2008: 4), '*endüstriyel simbiyoz, yan ürün ve enerji alışverişinde bulunan geleneksel olarak ayrı fakat coğrafi olarak yakın olan şirketlerin ağlarının sinerjik avantajlarını vurgulayarak veya bunların hem genel çevresel hem de ekonomik performanslarını iyileştiren kamu hizmetleri ve hizmetlerin ortak tedariki sağlanması yoluyla endüstriyel ekolojiyi belirli alanlara dayandırılması*' şeklinde tanımlamıştır. Beers (2008: 15) çalışmasında, endüstriyel simbiyozu endüstriyel ekolojinin bir disiplini olarak ifade etmiş ve endüstriyel ekolojinin ekolojik sistemlerin bütünündeki akışları incelediğini; endüstriyel simbiyozun ise coğrafi olarak birbirine yakın işletmeler arasındaki

yan ürün, enerji ve su gibi kaynakların değişimi üzerine odaklandığını ifade etmiştir. Costa vd. (2010: 815) endüstriyel simbiyoz çalışmalarının firmalar arasında ekonomik ve çevresel performansı arttıran ve atık yönetimi konusundaki politik ve yasal düzenlemelerin firmalara getirdiği mali yüklerden kurtulmak amacıyla geliştirilen iş birlikleri şeklinde tanımlamışlardır.

TTGV tarafından hazırlanan raporda *‘endüstriyel simbiyoz birbirinden bağımsız çalışan, tercihen fiziksel olarak birbirine yakın olan iki veya daha fazla ekonomik işletmenin bir araya gelerek hem çevresel performansı hem de rekabet gücünü artıracak uzun süreli ortaklıklar kurması ve dayanışma içinde çalışması’* şeklinde tanımlanmıştır. Ayrıca sanayi kuruluşlarının doğal kaynakları sürdürülebilir olarak yönetmesi için çevresel etki ile kaynak kullanımı arasında alternatif bir ilişki modeli olarak ortaya çıkan endüstriyel simbiyoz, birden fazla kuruluş arasında iş birliklerine dayalı, endüstriyel atıklar ve bunun dışında enerji, lojistik, su ve hatta insan gücü ve yatırım alanlarında da ortak kullanıma ve paylaşımına yönelik stratejiler çerçevesinde değerlendirilmiştir (TTGV, 2014: 23).

Türkmen ve Kılıç (2020: 2550) çalışmalarında, endüstriyel simbiyozu döngüsel ekonominin potansiyel iş modeli stratejilerinden biri olarak belirterek; bir proses sonucu ortaya çıkan atıkları başka bir proses veya ürün grubu için hammaddeye dönüştürmekle ilgili süreç odaklı bir yaklaşım olarak tanımlamışlardır. Ayrıca endüstriyel simbiyoz uygulamalarının genellikle süreç ve üretim düzeyinde gerçekleştiğini ve bir coğrafi alanda yakın konumdaki işletmeler içinde görüldüğünü belirtmişlerdir.

Endüstriyel simbiyoz kavramının hayata geçirilmesi ya da ilk kez kullanımına literatürde her ne kadar 1989 yılında rastlansa da firmalar/işletmeler arasındaki sinerji faaliyetlerinin görülmesi 1950’li yıllara gitmektedir. Batı Avustralya’nın Kwinana Sanayi Bölgesi’nde nikel ve alüminyum rafinerisi, çimento, kimya, yağ ve kojenerasyon tesisleri kurularak ilerleyen yıllarda aralarında simbiyotik ilişki oluşturulmuştur. 1959’lu yıllarda Danimarka’nın Kalundborg Bölgesi’nde bir petrol rafinerisi, bir termik santral ve bir kimya fabrikası faaliyetlerine başlamış ve 1970 yılında aralarındaki ilk simbiyotik ilişki aktiviteleri başlamıştır. Bu sinerjiler ilk kez bir yüksek okul projesinde endüstriyel simbiyoz kavramıyla açıklanmıştır. Ardından 1996 yılında bu sinerji ilişkilerinin geliştirilmesi ve eğitimlerin verilmesi adına Kalundborg Endüstriyel Simbiyoz Merkezi kurulmuş ve yeni sinerjiler yaratılarak simbiyotik ilişkiler arttırılmıştır. Kalundborg’daki kapsamlı ve birbirine bağlı kaynak paylaşım ağına ait davetkar görüntüler sürdürülebilirlik için endüstriyel simbiyoz uygulamalarının çok önemli olduğunu göstermiştir. 2001 yılında ise küresel ölçekte araştırma, eğitim, siyaset, kalkınma, sanayi ve

hemen hemen tüm alanlardaki uygulamalarda endüstriyel simbiyoz uygulamalarının önemini vurgulayan Uluslararası Endüstriyel Ekoloji Birliği kurulmuştur.

6. ENDÜSTRİYEL SİMBİYOZ ARAÇLARI

Endüstriyel simbiyozun uygulama esnasında kullanılan birçok analitik araç ve teknik bulunmaktadır. Literatürde en çok kullanılan başlıca analitik araçlar girdi çıktı analizi, malzeme akış analizi, yaşam döngüsü analizi ve çok kriterli karar verme yöntemleri şeklindedir (Özkan vd., 2018: 88-91; Bailey vd., 2004: 47).

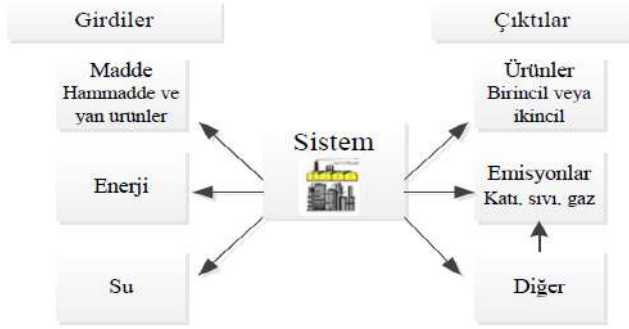
6.1. Girdi Çıktı Analizi (Input Output Analysis)

Ekonomiyi sektörler halinde tanımlayan girdi çıktı analizi oldukça basit bir düşünceye dayanmaktadır. Bir çıktının üretimi için gerekli olan girdiler ve bunların kullanılması sonucu elde edilen çıktıların tablolastırılması ile gerçekleşmiş olan ilişkilerin sayısal olarak ortaya konulmasıdır. Bu tablo yardımıyla girdilerin kaynağı ve çıktılar kesin olarak belli olduğundan herhangi bir ölçekteki sektöre ait bir olgunun etkisini öngörmek ve incelemek mümkündür. Girdi çıktı analizi genellikle bir ekonominin parasal akışları ile ilgiliyken; Bailey vd. (2004: 45) endüstrideki çevresel konularla ilgili faaliyetleri parasal etkilerinden bağımsız olarak modellemiştir. Endüstriyel sistemlerdeki karmaşık malzeme veya enerji akış sistemlerinin ne kadarının işlenmemiş girdilerden geldiği ne kadarının ihraç edileceği, bir sistemdeki hangi akışların en çok ithalata bağlı olduğu ve atık olarak bir sistemden çıkan akışın yüzde kaçının çevre analizi ile ele alınabileceği gibi sorulara yanıt aramışlardır (Bailey vd., 2004: 47). Firmaların çevresel performanslarını ve maliyetlerini takip etmeyi sağlayan girdi çıktı analizi ekosistemlere uygulandığında para birimleri malzeme ve enerji kullanımına ilişkin akışlardan oluşmaktadır.

6.2. Malzeme Akış Analizi (Material Flow Analysis, MFA)

Endüstriyel simbiyoz içerisinde yer alan her bir endüstriyel üreticinin kendi girdi ve çıktılarını tanımlaması ve kullanım oranı ile miktarını belirlemesi kurulacak olan olası iş birlikleri ya da simbiyotik ilişkilerin belirlenmesinde teknik açıdan önemlidir. Malzeme akış analizi endüstriyel simbiyoz uygulamaları için fayda sağladığı düşünüldüğünden çok sık kullanılan bir yöntem olarak karşımıza çıkmaktadır. Malzeme akış analizinin sağlıklı bir şekilde yapılabilmesi firmaların kendi tesislerindeki malzeme, kaynak ve enerji akışlarına hâkim olmasına bağlıdır. Şekil 7’de belirli bir firmaya veya prosese yönelik malzeme akış analizi şematik olarak gösterilmiştir. Malzeme akış

analizi doğru uygulandığında sistemin yönetimi, girdi-çıkış takibi, performans değerlendirilmesi yapılmakta; olası aksaklıklara önlem alınarak verimsizlikler giderilmektedir. Bu analiz bir işletmede hem fiziksel hem de parasal olarak malzeme akışlarını ve stokları izleyen ve malzeme eşitliğini temel alarak ürün maliyetleri ile kayıpların maliyetlerini ayrı ayrı hesaplamayı sağlamakta, malzeme ve enerjinin verimli kullanılması yoluyla çevresel sorunları ve maliyetleri azaltmayı amaçlanmakta, bu yönüyle çevre muhasebesinin önemli araçlarından biri olduğu söylenebilmektedir (Özçelik, 2017: 928).



Şekil 7. Malzeme Akış Analizi

Kaynak: Özkan vd., 2018: 88.

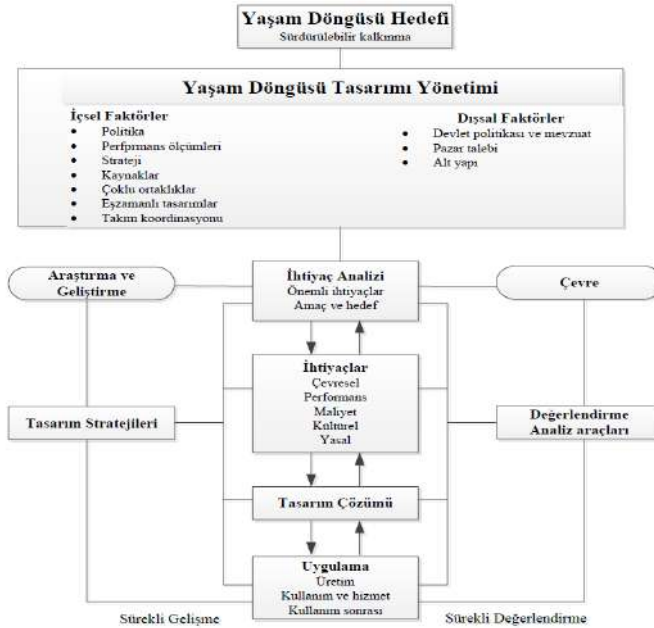
Malzeme akış analizi ekonomi, ekolojik faydalar, kaynak döngüsü ve atık yönetimi gibi alanlarda tüm malzeme, stok durumu, ürün, enerji ve hammaddeyi verimli şekilde değerlendirmek için kullanılmaktadır. Bu doğrultuda malzeme akış analizinin aşağıdaki üç amaca uygun olması gerekmektedir (Heeres vd., 2004: 986):

- Yenilenemeyen kaynakların (fosil yakıtlar) kullanımını azaltılması ve mümkün olduğunca sürdürülebilir enerji kullanımının teşvik edilmesi,
- Yenilenebilir kaynakların kullanımı ve üretimi sürecinde dengenin korunması (bir yılda belirli bir kaynağın, aynı yıl üretilen kaynak miktarından daha fazla kullanılmamasını sağlamak),
- Çevresel olarak arzu edilmeyen bir durum olmadığı sürece, malzeme döngülerinde yenilenebilir ve yenilenemez kaynakları mümkün olduğu kadar uzun süre tutulması.

6.3. Yaşam Döngüsü Analizi (Life Cycle Assessment, LCA)

Bir ürünün yaşam döngüsü boyunca çevresel yükünün hesaplandığı yaşam döngüsü analizi bir endüstriyel simbiyoz durumunda çeşitli sinerjik

değişimlerin çevresel etkilerini tahmin etmek ve karşılaştırmak için bir karar verme aracıdır (Chopra and Khanna, 2014: 87; Bailey vd., 2004: 65). Şekil 8’de analizin önemli adımları ve seçenekleri genel bir bakış açısıyla şematik olarak gösterilmiştir. Yaşam döngüsü analizi (LCA), endüstriyel üretimde kullanılan hammaddelerin elde edilmesinden, ilgili tüm üretim, sevkiyat, kullanım ve kullanım sonrası atık olarak bertarafını da kapsayan yaşam döngüsünün her bir aşamasındaki çevresel etkileri belirlemek, raporlamak ve yönetmek için kullanılmaktadır (Özkan vd., 2018: 89). Endüstriyel simbiyozun çevresel performansını ölçmek için sistem sınırları her bir firma için hammadde ve sevkiyat için kullanılan tüm kaynak ve enerji kullanımını kapsamalı ve yaşam döngüsü temelinde tüm ağıın yukarı ve aşağı akış hareketleri bakımından değerlendirilmesine duyulan gereksinim göz ardı edilmemelidir (Martin vd., 2015: 265). Bu analizle firmaların üretim tesislerinin temel malzeme ve enerji akışları takip edilir ve üretim süreçleri ya da ürünlerin çevresel etkileri yaşam döngüsü üzerinden değerlendirilmesi yapılmaktadır. Öte yandan sürekli yenilenen çevresel mevzuata adaptasyon sağlamada bir karar destek ve karşılaştırma aracı olarak kullanılmaktadır. Bu sayede firmaların sürdürülebilirlik raporları desteklenir, üretim süreçlerinde kaynak verimliliği sağlanır, tüketici farkındalığı ve marka değeri artmaktadır.



Şekil 8. Yaşam Döngüsü Analizi

Kaynak: Özkan vd., 2018: 90.

6.4. Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleri (Multiple Criteria Decision Making, MCDM)

Karar alıcılar için birbirinden farklı alternatifin ve bunlara ait birçok farklı kriterin bulunduğu durumlarda, karar almayı kolaylaştırmak için hedeflenen amaca yönelik en iyi ve en uygun sonuca ulaşırken çok kriterli karar verme yöntemlerinden faydalanılmaktadır. Birden fazla kritere sahip olan alternatifleri sıralayıp ardından en uygun alternatifin belirlenmesinde bunları aralarında kıyaslayarak farklı boyutlardaki verilerin elde edilmesinde kullanılmaktadır. Çok kriterli karar verme yöntemleri en iyi performansla sahip alternatifin seçiminde veya hedeflenen amaç doğrultusunda kriterlerin en iyiden en kötüye doğru sıralanması gereken tüm alanlara uygulanabilmektedir. Bu yöntemlerin temelinde en ideal çözüme en yakın alternatiflerin seçilmesi ve bu sayede fayda maksimize edilirken maliyetlerinde minimize edilmesi yatmaktadır. Bu yöntemler sayesinde karar verilirken çok sayıda nitel ve nicel kriter göz önünde bulundurulmakta ve kriterler hedeflenen amaç doğrultusunda ağırlandırılabilen, verimlilik ölçüleri kıyaslanabilmekte ve sonuç olarak en ideal alternatif seçilmektedir. Burada ilk olarak hedeflenen amaç doğrultusunda kriterler belirlenmekte ve ardından alternatiflerin kriterlere uyum sağlayıp sağlamadığı kontrol edilmektedir.

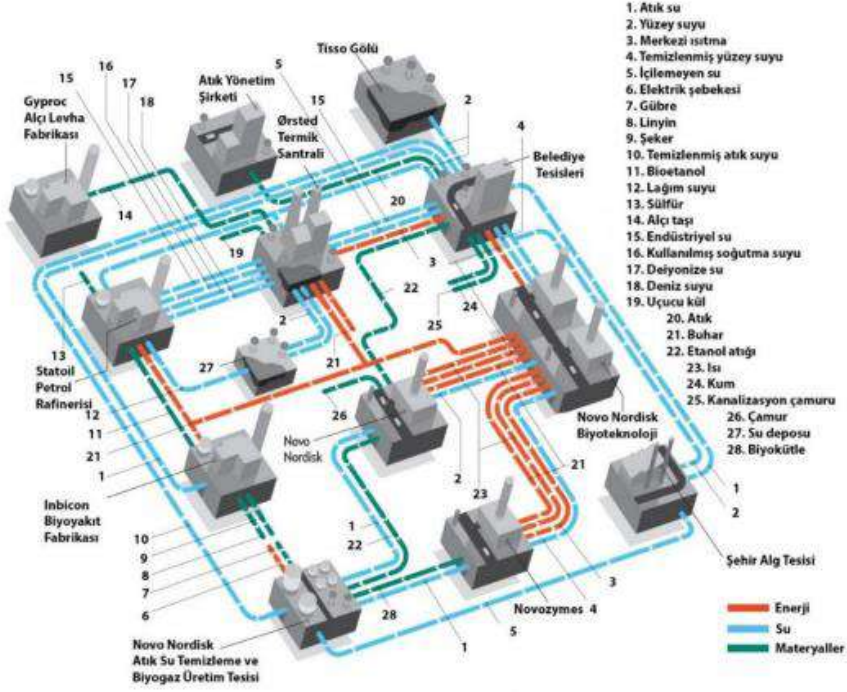
Farklı alanlarda yapılan ulusal ve uluslararası çalışmalarda kullanılan ve farklı matematiksel model altyapısına sahip bu yöntemlerden bazıları şu şekilde sıralanabilir: AHP (Analitik Hiyerarşi Süreci), TOPSIS (İdeal Çözüme Benzerlik Yoluyla Tercih Sıralama Tekniği), SAW (Basit Toplamlı Ağırlandırma Yöntemi), PROMETHEE (Zenginleştirme Değerlendirmeleri İçin Tercih Sıralaması Organizasyon Yöntemi), ANP (Analitik Ağ Süreci), ELECTRE (Gerçekliği İfade Eden Eleme ve Seçme), VIKOR (Çok Kriterli Optimizasyon ve Uzlaşık Çözüm), DEA (Veri Zarflama Analizi), GRA (Gri İlişkisel Analiz), ENTROPİ, MOORA (Oransal Analiz Temelli Çok Amaçlı Optimizasyon), MACBETH (Kategorik Tabanlı Bir Değerlendirme Tekniği İle Çekiciliğin Ölçülmesi), UTA (Fayda Toplamlı Ağırlandırma Yöntemi), STEM (Adım Yöntemi), CRITIC (Kriterler Arası Korelasyon Yoluyla Kriterlerin Önemi), PAPRIKA (Olası Tüm Alternatiflerin Potansiyel Olarak Tüm İkili Sıralamaları), MOOSRA (Basit Oran Analizine Dayalı Çok Amaçlı Optimizasyon). Çevresel ve ekolojik çalışmalarda özellikle öne geçme ve eşik kavramını dikkate alan ELECTRE yöntemi, hiyerarşik bir yapıya sahip olan Analitik Hiyerarşi Süreci (AHP), bir ağ yapısına sahip olan ve fayda/fırsat/maliyet/risk (BOCR) analizi yapmaya imkan tanıyan Analitik Serim Süreci (ANP) ve tercih fonksiyonlarını temel alan PROMETHEE yöntemleri kullanılmaktadır (Özkan vd., 2018: 90).

7. ENDÜSTRİYEL SİMBİYOZ ÖRNEKLERİ VE KAZANIMLARI

Endüstriyel simbiyoz literatüründe en çok karşılaşılan ve bilinen ilk endüstriyel simbiyoz uygulaması Danimarka'nın Kalundborg kentinde yıllar içinde ihtiyaçlar doğrultusunda kendiliğinde oluşmuştur. Kalundborg sanayi bölgesindeki endüstriyel simbiyoz projesi suyu daha verimli kullanabilmek için bir petrol rafinerisinin sınırlı yer altı su kaynağına sahip Tisso Gölü'nden su çekmesiyle başlamıştır. Projede mali yükümlülüğü petrol rafinerisi üstlenmiş, Kalundborg Bölge Yönetimi boru hattını döşemiş ve daha sonra bölgede yeni iş birliklerinin gelişmesinde teşvik edici olmuştur. Nitekim 1972 yılında petrol rafinerisinden çıkan uçucu külü, bir alçıpan tesisi üretiminde girdi olarak kullanmaya başlamıştır. Yıllar içerisinde yeni simbiyotik ilişkilerin kurulmasıyla Kalundborg sanayi bölgesindeki endüstriyel simbiyoz projesi Şekil 9'daki gibi gelişim göstermiştir. Kalundborg'daki bu projede bir petrol rafinerisi, enerji santrali, alçıpan tesisi ve ilaç fabrikası ana paydaşlar olarak sözleşme çerçevesinde atık, su ve enerji değişim ağı oluşturarak bir endüstriyel simbiyoz örneği oluşturmuşlardır (Chertow, 2000: 315-316). Kalundborg sanayi bölgesindeki sinerji faaliyetleri sayesinde 2021 yılı verilerine göre 3,6 milyon m³/yıl su geri kazanımı, CO₂ gazı salınımında 635.000 ton/yıl azalış, 87.000 ton malzeme geri dönüşümü, 100 GWh enerji tasarrufu, 14 milyon € sosyoekonomik tasarruf ve 24 milyon € ticari karlılık tasarruf elde edilmiştir (Kalundborg Symbiosis, 2021: 132). Ayrıca 15 milyon m²/yıl alçı duvarına denk gelen alçı taşı kazanımı, 15 milyon GJ enerji değerinde üretim buharı (75.000 evin yıllık elektrik tüketimine denk) ve yıllık 150.000 ton biyolojik atığın gübreye dönüştürülerek toplam gübre ihtiyacının %60'ının karşılanması gibi kazanım sağlanmıştır. Bu projeye sülfür dioksit (SO₂) ve karbondioksit (CO₂) gibi çevreye zararlı emisyonlarda ve kömür, yakıt, hammadde, enerji ve su tüketiminde azalma ve üretim sürecinde kükürt ve uçucu kül içeren geleneksel atık ürünlerinin girdiye dönüştürülmesi gibi birtakım kazanımlar sağlandığı kayıtlara geçmiştir.

Endüstriyel simbiyoz uygulamasının başarılı bir diğer örneği, Avustralya'nın madencilik faaliyetlerinin yürütüldüğü Kwinana ve Gladstone Bölgeleri'nde oluşturulmuş uygulamadır. Kwinana Bölgesi'nde 2001 yılında potansiyel madde ve enerji sinerjilerinin belirlemek amacıyla yapılan çalışmalar sonucu uçucu kül ve alçıtaşı gibi üretim kaynaklı atıklar, geri dönüşebilir atıklar, enerji, gaz ve su atıkları üzerine dört ana sinerji belirlenmiş ve 15 fayda ve 32 yan ürün olmak üzere toplam 47 sinerjik ilişki kurulmuştur. Gladstone Bölgesi'nde ise enerji işletmeleri, kimya (amonyum nitrat, sodyum siyanür, klor), alüminyum, kömür, çimento, petrol ve bir termik santral tesisinin içinde yer aldığı bölgede beş temel simbiyotik ilişki kurulmuştur. Kwinana Bölgesi'nde meydana gelen

simbiyoz faaliyetleri sonucu CO2 gazı salınımı 377.000 ton/yıl azalış, 260.000 ton/yıl atık geri kazanımı, yıllık 6 GL su, yıllık 4 GL atık su yeniden kullanımı ve 72 GWh enerji kazanımı, katı, sıvı ve gaz atıklardan yıllık 10.000 ton alçıtaşı, %40 azot oksit ve %90 sülfür oksit salınımında azalma yaşanmıştır. Gladstone Bölgesi'nde ise yıllık 28 milyon lt su miktarı ve 30.000 ton metal atık ekonomiye geri kazanımı sağlanmıştır.



Şekil 9. Kalundborg'daki Endüstriyel Simbiyoz Ağı

Kaynak: Özsoy, 2018: 27.

Başka bir endüstriyel simbiyoz uygulaması da İngiltere Ulusal Endüstriyel Simbiyoz Programı (National Industrial Symbiosis Programme, NISP)'dır. Dünyadaki en başarılı örneklerden biri olarak değerlendirilen NISP, Humber Estuary Bölgesi'nde Birleşik Krallık Sürdürülebilir Kalkınma Konseyi tarafından 2000 yılında başlatılmış ve 2005 yılında İngiltere'nin tüm bölgelerinin katılımıyla Çevre, Gıda ve Köy İşleri Bakanlığı (DEFRA)'nın bir programı olarak oluşturulmuştur. NISP, dünyanın ilk ulusal endüstriyel simbiyoz programı olup, model bugüne kadar dünya çapında 20 ülkede ulusal veya bölgesel düzeyde tekrarlanmıştır. NISP uygulamasının bu kadar başarılı olmasının nedeni yerel bir uygulama yapısıyla desteklenen ulusal düzeyde koordine edilmiş operasyonel odaklanma ile yönetilmesidir. NISP girdi, enerji

ve su dahil olmak üzere tüm kaynakların değişimi ve malzemelerin, lojistiğin ve uzmanlığın paylaşımı yoluyla yeni ticaret ilişkileri yaratılmasına imkan sağlamıştır. NISP ağı aracılığıyla, şirketler arasında karşılıklı olarak yapılan işlemlerle yetersiz veya düşük değerli kaynaklar (enerji, atık, su ve lojistik dahil) verimli kullanıma getirilir ve 2005 yılı Nisan ayı ve 2013 yılı Mart ayında elde edilen kazanımlar şöyledir (NISP, 2022):

- 47 milyon ton endüstriyel atığı düzenli depolama sahasından uzaklaştırılması,
- Yeni satışlarda 1 milyar sterlin gelir elde edilmesi,
- Karbon emisyonlarını 42 milyon ton azaltılması,
- 1,8 milyon ton tehlikeli atığın yeniden kullanılması,
- 10.000'den fazla yeni istihdam yaratılması,
- Bertaraf, depolama, nakliye ve satın alma maliyetlerini azaltarak maliyetlerin 1 milyar sterlin azaltılması,
- 60 milyon ton işlenmemiş malzemeden tasarruf edilmesi,
- 73 milyon ton endüstriyel su tasarrufu.

Türkiye’de, sürdürülebilir kalkınma ve temiz üretim stratejisi ile paralel olarak endüstriyel simbiyoz konusundaki çalışmalar, Bakü Tiflis Ceyhan Petrol Boru Hattı Şirketi (BTC) tarafından desteklenen ve Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı (TTGV) tarafından yürütülen İskenderun Körfezi Endüstriyel Simbiyoz Projesi ile başlatılmıştır (TTGV, 2014: 30). Projenin ilk aşaması 2008-2009 yıllarında hayata geçirilmiş ve araştırılan uygulanabilirlik çalışmaları sonucunda projenin önemli bir potansiyel içerdiği ve bölgedeki sanayi temsilcilerinin ilgisini çekeceği düşünülen kazanımlara ulaşılmıştır. 2011 yılında resmen başlatılan projede İngiltere’deki NISP’in danışmanı olan International Synergies Ltd. firması ve ODTÜ Çevre Mühendisliği Bölümü iş birliğiyle faaliyetler gerçekleştirilmiştir. Projenin kaynak verimliliği, sera gazı salınımında azalma, atık bertarafı gibi parametreler doğrultusunda oluşabilecek çeşitli simbiyotik ilişkilerinin araştırıldığı hazırlık aşaması sonrasında tespit edilen 19 sinerji projesi hayata geçirilmiştir. Bu proje Türkiye için endüstriyel simbiyozun hem ulusal hem de bölgesel ölçekte geliştirilmesi, yaygınlaştırılması ve altyapının oluşturulması ve firmalar arası iş birliği ve dayanışmayı artırması açıdan oldukça önemlidir. Projede gerçekleştirilen bu sinerjik ilişkiler Şekil 10’da gösterilmektedir. Bu projeler kapsamında yapılan endüstriyel simbiyoz çalışmaları şu şekildedir (Yıldız, 2019: 46): Meyve posasının kireç üretim tesisindeki atık ısı kullanılarak kurutulması ve hayvan yemine dönüştürülmesi; Çukurova bölgesinden kaynaklanan mısır atıklarının

Sosyal Kazanımlar: 21 kişilik yeni istihdam, 10 adet yeni ürün, 6 adet yeni girişim, 27 adet kurum/kuruluş katılmış ve 5 üniversite tarafından katkı sağlanmıştır.

Ekonomik Kazanımlar: 6.965.000 ABD Doları tutarında yatırım maliyeti, 6.370.546 ABD Doları tutarında yıllık net kazanç ve yatırımların geri ödeme süresi ise 1,1 yıl olarak belirlenmiştir.

Türkiye’de başarılı bir şekilde uygulanmakta olan bir diğer endüstriyel simbiyoz örneği de 2014 yılında Bursa, Bilecik ve Eskişehir illerinde başlatılan TR41 Endüstriyel Simbiyoz Programı’dır. Projenin yürütücüsü olan Bursa Eskişehir Bilecik Kalkınma Ajansı (BEBKA), projenin ilk aşamasında topladığı veriler ışığında potansiyel sinerjileri belirlemiştir. Bu çerçevede toplam 464 potansiyel sinerji tespit edilirken, bunlar içinden 112 farklı atık türünün değerlendirilme potansiyeli olduğu görülmüştür. Ayrıca toplam 63 farklı sektörün ürettiği atıkların yapılan değişimlerle 51 farklı sektörde girdi olarak kullanılma potansiyeli olduğu tespit edilmiştir. Proje ekibi tarafından anket çalışması, firma ziyaretleri, bölgesel raporlar, saha araştırması ve sinerji çalıştay sonuçları başta olmak üzere farklı kanallardan toplanan veriler analiz edilmiş, projenin hayata geçebilmesi için uyulması gereken standartlar, alınması gereken izin ve onaylar değerlendirilerek potansiyel oluşturabilecek ve pilot proje olarak uygulamaya dönüştürülebilecek 5 (beş) adet endüstriyel simbiyoz olanağı belirlenmiştir (BEBKA, 2020: 20). Eskişehir ilinde gerçekleştirilebilecek bahsi geçen bu 5 potansiyel sinerji şu şekildedir (BEBKA, 2020: 21):

- Şeker üretimi kalsit atıklarından seramik ürün imalatı,
- Cam kırığı atıklarının cam yünü üretiminde kullanılması,
- Atık silis kumundan yapı malzemeleri üretimi,
- Mermer çamuru ve kırıklarının seramik sektöründe ve yapı kimyasalları üretiminde kullanımı,
- Dökümhane ocak cürufklarının yol yapımında kullanımı.

Bahsi geçen bu sinerjilerin başlaması halinde hammadde tasarrufu ve depolamaya giden atık miktarında azalma gibi çevresel kazanımların yanı sıra girdi ve lojistik maliyetlerinde azalma ve rekabet üstünlüğü öngörülmektedir. Projenin hayata geçirilmesi durumunda 1,4 milyon TL’si BEBKA desteği olmak üzere 2,8 milyon TL değerinde yatırım harcaması yapılmış olacaktır. Önceliklendirilen beş projeden toplamda 87.870 ton atık bertarafı ve hammadde tasarrufu, üretim maliyetlerinde yıllık toplam 2.150.000 TL azalma, lojistik maliyetlerinde yaklaşık 1,5 milyon TL azalma ile firmaların toplamda yıllık 3.589.000 TL maliyet tasarrufu sağlayacağı öngörülmüştür (BEBKA, 2020: 28).

Toplamda 530 bin TL gerekli yatırım maliyetiyle uygulamaya dönüşmesi beklenen bu sinerjilerin bir yıldan kısa sürede kendini geri ödeyecek olması projeyi oldukça cazip hale getirmektedir.

Ankara OSTİM Organize Sanayi Bölgesi'nde endüstriyel simbiyoz için gerekli simbiyotik ilişkilerin belirlenmesi amacıyla 2014 yılında Avrupa Birliği, üniversite ve KOSGEB iş birliğinde bir proje başlatılmıştır. Proje aynı zamanda proje yürütücüsü olan ODTÜ tarafından Ankara OSTİM OSB'de gerçekleştirilen ön değerlendirme, daha sonra genişletilerek diğer OSB'lerde uygulamaya başlayacak endüstriyel simbiyoz çalışmaları için altyapı niteliğindedir. Proje kapsamında OSTİM'de bulunan firmaların endüstriyel simbiyozla uygun olup olmadıklarına yönelik bir analiz gerçekleştirilmiştir. 5 binden fazla işletmenin faaliyet gösterdiği OSTİM OSB'de imalat yapan 812 işletmeye seçilerek, bu işletmelerin bilgileri Endüstriyel Simbiyoz Olanak Tarama Aracı (ESOTA)'ya girilerek varolan simbiyotik ilişkiler tespit edilmiştir. Bu kapsamda atık değişimi bazlı 252 endüstriyel simbiyoz olanağı, seçilen işletmelerin 43 farklı NACE koduna dağılımı, 84 işletme arasında atık değişimi ve 84 işletmenin her biri için 1-9 arası simbiyotik ilişki varlığına ulaşılmıştır (Demirer, 2014: 43). Yapılan ön değerlendirmenin ardından kauçuk atıklarının inşaat malzemeleri imalatında kullanımı, hurda camın tuğla imalatında kullanımı ve atık dökümhane kumunun seramik (sıhhi ürünler) imalatında kullanımı olmak üzere 3 tane olası endüstriyel simbiyoz olanağı ortaya çıkmıştır. Türkiye'de tamamlanmış ve devam eden diğer endüstriyel simbiyoz projeleri Şekil 11'de gösterilmektedir.



Şekil 11. Türkiye’deki Endüstriyel Simbiyoz Uygulamaları

Kaynak: Alkaya, 2021: 9.

SONUÇ

Sürdürülebilir kalkınma hedeflerinin sağlanabilmesi için öncelikle sürdürülebilir olmayan her türlü modelin değiştirilmesi ya da gerekli revizyonlarla uygun politikaların bulunması çok önemlidir. Küresel ölçekte bu konuya eğilim artmış ve 1970'li yılların başından itibaren çok sayıda zirve düzenlenmiş ve hedeflerin çerçevesini belirleyen pek çok politika belgeleri yayınlanmıştır. Bu doğrultuda sanayi sektöründe doğrusal (al-kullan-at) ekonomi modelinden kaynakların daha verimli ve daha uzun süre sistemde kaldığı döngüsel ekonomi modeline doğru bir geçiş yaşanmıştır. Döngüsel ekonominin endüstri sektöründe işlerliğine artıracak bir uygulama olarak önemi giderek artan endüstriyel simbiyoz projeleri son yıllarda sıklıkla gündeme gelmeye başlamıştır. Avrupa Komisyonu, endüstriyel simbiyozu kaynak verimliliğine ulaşmanın yenilikçi bir yolu olarak göstermekte ve raporlarda sıklıkla vurgulamaktadır.

Endüstriyel simbiyoz, biyolojik ilişkilerden esinlenerek birbirinden bağımsız işletmelerin karşılıklı fayda sağlayacak bir ortaklık içerisinde hammadde ve enerji değişimlerini ifade etmektedir. Bu fikir doğal ekosistemlerde oluşan simbiyotik ilişkilerin benzerini endüstri sektörüne uyarlamaktan gelmektedir. En basit haliyle bir işletmenin yan ürününün, atıklarının ya da atıl durumdaki kaynaklarının başka bir işletme için girdi veya hammadde olması durumudur. Bu şekilde kaynakların sürdürülebilirliği artarken döngüsel ekonomiye geçiş, yenilikçi iş fırsatları, ürün çeşitliliği, kaynak verimliliği, dayanışma gibi pek çok alanda sosyal, ekonomik ve çevresel fayda sağlanmaktadır. Endüstriyel simbiyoz uygulamaları ile işletmeler arasında kurulan simbiyotik ilişkiler sayesinde kaynak verimliliği, endüstriyel çeşitlilik ve iş birliklerinin sağlandığı; atık oluşumu, çevresel etkiler ve maliyetlerin minimize edildiği; ürün çeşitliliği, karın ve ekonomik rekabetin arttığı gözlemlenmiştir. Söz konusu simbiyotik ilişkilerin daha etkin, yenilikçi ve sürdürülebilir olması için firma sınırlarının ötesine geçilerek firmalar arası iş birliği gerekmektedir. Endüstriyel simbiyoz uygulamaları sonucunda kaynak tüketiminde, depolamaya giden atık ve tehlikeli atık miktarında, maliyetlerde ve karbondioksit salınımında azalma görülürken; satışlarda, iş birliği kültüründe ve inovasyon ve girişimcilikte artışlar görülmüştür.

Bu çalışmada sürdürülebilirliğe ve sürdürülebilir kalkınmaya önemli katkı sunduğu düşünülen endüstriyel simbiyoz ve tarihçesine, uygulama esnasında kullanılabilecek araçlara ve uluslararası ve ulusal literatürde yapılmış çalışmalara yer verilmiştir. Türkiye'de henüz sınırlı sayıda oluşum gösteren endüstriyel simbiyoz uygulamalarının artırılması çok önemlidir. Türkiye'de başarıyla tamamlanan ilk endüstriyel simbiyoz projesi İskenderun Körfezi

Endüstriyel Simbiyoz Projesi olup, yürütülen projede bölgelere özgü modeller geliştirilmesinin yanı sıra ulusal kapasitenin güçlendirilmesi için başka projelere zemin ve altyapı oluşturması açısından da büyük bir öneme sahiptir. Sadece ekonomik kazançlara odaklanan geleneksel modeller yerine çevresel ve sosyal kazanımların da ön planda olduğu bütüncül ve sürdürülebilir bir bakış açısı oluşturulması adına endüstriyel simbiyoz uygulamalarının yaygınlaştırılması ve teşvik edilmelidir. Geleceğe hazırlıksız yakalanmamak için döngüsel ekonomi, endüstriyel simbiyoz gibi uygulamalara geçilmesi, önemli paydaşların sürecin içine çekilmesi, uygulama ile ilgili kapasitelerin ve finansal kaynağın artırılması gerekmektedir. Bunun için ise politika yapıcılara ve sektör temsilcilerine tüm yönleriyle doğru bilgi aktarımının ve gerekli eğitimlerin verilmesi, bu uygulamalara fon ayrılması, kamu desteği sağlanması, üniversite-sanayi iş birliği çalışmaları yapılması yerinde olacaktır.

REFERANSLAR

1. Alkaya, E. (2021). İzmir endüstriyel simbiyoz projesi. *Başlangıç Toplantısı: Endüstriyel Simbiyoz Fırsatları ve İyi Uygulamalar Paneli*. <https://ikvp.izka.org.tr/wp-content/uploads/pdf/2021-11-30-izmir-endustriyel-simbiyoz-emrah-alkaya.pdf> adresinden 25 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
2. Bailey, R., Allen, J. K. ve Bras, B. (2004). Applying ecological input-output flow analysis to material flows in industrial systems: part I: tracing flows. *Journal of Industrial Ecology*, 8(1-2), 45-68.
3. Balbay, Ş., Sarıhan, A. ve Avşar, E. (2021). Dünya’da ve Türkiye’de döngüsel ekonomi/endüstriyel sürdürülebilirlik yaklaşımı. *Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi*, 27, 557-569.
4. Beers, D. V. (2008). *Capturing regional synergies in the Kwinana industrial area 2008 status report*. Australia: Centre for Sustainable Resource Processing (CSRP).
5. Bursa Eskişehir Bilecik Kalkınma Ajansı (BEBKA). (2020). *Eskişehir endüstriyel simbiyoz projesi raporu*. <https://bebka.org.tr/wp-content/uploads/2021/07/Eskis%CC%A7ehir-Endu%CC%88striyel-Simbiyoz-Projesi-Raporu.pdf> adresinden 25 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
6. Chopra, S. S. ve Khanna, V. (2014). Understanding resilience in industrial symbiosis networks: insights from network analysis. *Journal of Environmental Management*, 141(2014), 86-94.
7. Costa, I., Massard, G. ve Agarval, A. (2010). Waste management policies for industrial symbiosis development: case studies in european countries. *Journal of Cleaner Production*, 18(8), 815-822.
8. Demirer, G. N. (2014). OSTİM organize sanayi bölgesinde endüstriyel simbiyoz olanaklarının değerlendirilmesi. *Çevre Konusunda KOSGEB Yol Haritasının Hazırlanması Projesi Çalıştayı*. <https://docplayer.biz.tr/69090420-Ostim-organize-sanayi-bolgesinde-endustriyel-simbiyoz-olanaklarinin-belirlenmesi.html> adresinden 27 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
9. Deutz, P. ve Lyons, D. (2008). Industrial symbiosis – an environmental perspective on regional development. *Regional Studies*, 42(10), 1-12.
10. Ellen MacArthur Foundation (EMF). (2013). *Towards the circular economy: opportunities for the consumer goods sector*. England: EMF Publishing.

- 11.Ergün, T. ve Çobanoğlu, N. (2012). Sürdürülebilir kalkınma ve çevre etiği. *Ankyra: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3(1), 97-123.
- 12.Frosch, R. ve Gallapagos, N. (1989). Strategies for manufacturing. *Scientific American*, 261(3), 94-102.
- 13.Garner, A. ve Keoleian, G. A. (1995). *Industrial ecology: an introduction*. Ann Arbor: National Pollution Prevention Center for Higher Education, University of Michigan.
- 14.Geissdoerfer, M., Savaget, P., Bocken, N. M. P. ve Hultink, E. J. (2017). The circular economy - a new sustainability paradigm?. *Journal of Cleaner Production*, 143(2017), 757-768.
- 15.Gregorio, V. F., Pié, F. ve Terceño, A. (2018). A systematic literature review of bio, green and circular economy trends in publications in the field of economics and business management. *Sustainability*, 10(11), 1-39.
- 16.Haris, J. M. (2000). *Basic principles of sustainable development*. Global Development and Environment Institute, Working Paper No: 00-04, June.
- 17.Heeres, R. R., Vermeulen, W. J. V. ve Walle, F. B. (2004). Eco-industrial park initiatives in the USA and the Netherlands: first lessons. *Journal of Cleaner Production*, 12(2004), 985-995.
- 18.Kalundborg Symbiosis. (2021). *Guide for industrial symbiosis facilitators*. https://www.dropbox.com/s/ibyralrhuf0w4uq/Guide-for-IS-facilitators_online.pdf?dl=0 adresinden 20 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
- 19.Lowe, E. A. ve Evans, L. K. (1995). Industrial ecology and industrial ecosystems. *Journal of Cleaner Production*, 3(1-2), 47-53.
- 20.Martin, M., Svensson, N. ve Eklund, M. (2015). Who gets the benefits? an approach for assessing the environmental performance of industrial symbiosis. *Journal of Cleaner Production*, 98(2015), 263-271.
- 21.Murray, A., Skene, K. ve Haynes, K. (2017). The circular economy: an interdisciplinary exploration of the concept and application in a global context. *Journal of Business Ethics*, 140(3), 369-380.
- 22.National Industrial Symbiosis Programme (NISP). (2022). <https://www.international-synergies.com/ourprojects/nisp/> adresinden 24 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
- 23.Özçelik, F. (2017). Çevre yönetim muhasebesi uygulamaları için yeni bir yaklaşım: malzeme akış maliyet muhasebesi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 13(4), 927-948.

- 24.Özkan, A., Günkaya, Z., Özdemir, A. ve Banar, M. (2018). Sanayide temiz üretim ve döngüsel ekonomiye geçişte endüstriyel simbiyoz yaklaşımı: bir değerlendirme. *Anadolu Üniversitesi Bilim ve Teknoloji Dergisi B – Teorik Bilimler*, 6(1), 84-97.
- 25.Özsoy, T. (2018). Endüstriyel ekolojiyi anlamak adına endüstriyel ortakyaşarlık örneklerinin incelenmesi. *Artubilim: Adana Bilim ve Teknoloji Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(2), 22-34.
- 26.Sauvé, S., Bernard, S. ve Sloan, P. (2016). Environmental sciences, sustainable development and circular economy: alternative concepts for trans-disciplinary research. *Environmental Development*, 17(2016), 48-56.
- 27.Suárez-Eiroa, B., Fernández, E., Méndez-Martínez, G. ve Soto-Oñate, D. (2019). Operational principles of circular economy for sustainable development: linking theory and practice. *Journal of Cleaner Production*, 214(2019), 952-961.
- 28.Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı (TTGV). (2014). *EKOSKOP: sürdürülebilirlik için temiz üretim*. Ankara: İşkur Matbaacılık.
- 29.Türkmen, M. A. ve Kılıç, F. (2020). Sürdürülebilir kalkınma anlayışına yönelik döngüsel ekonomi modeli. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*, 55(4), 2538-2556.
- 30.World Commission on Environment and Development (WCED). (1987). *The world commission on environment and development: our common future*. United Nations General Assembly Document A/42/427, Oxford: Oxford University Press.
- 31.World Economic Forum (WEF). (2021). *The global risks report 2021*. (16th Edition). Oxford: WEF Publishing.
- 32.World Economic Forum (WEF). (2022). *The global risks report 2022*. (17th Edition). Oxford: WEF Publishing.
- 33.World Economic Forum (WEF). (2023). *The global risks report 2023*. (18th Edition). Oxford: WEF Publishing.
- 34.Yıldız, Ö. (2019). *Bölgesel kalkınmada endüstriyel simbiyoz uygulamaları: Bursa Eskişehir Bilecik bölgesi örneği*. Bursa Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, Bursa.

39. Bölüm

Orta Çağ Avrupa'sında Masumiyetin Kutsal Yolculuğu-Çocuk Haçlı Seferleri

Abdullah BAYINDIR¹

¹ Kilis 7 Aralık Üniversitesi İTBF (insan ve Toplum bilimleri Fakültesi) Tarih Bölümü

Özet

Avrupa'dan Müslüman dünyasına birçok Haçlı seferi düzenlenmiştir. Bunlardan ilki dışındaki seferlerin pekte başarı getirdiğini söylemek mümkün olmaz. Buna rağmen seferlerin devamının gelme sebebi, Avrupa'da oluşan pragmatik düşünceler etrafında şekillenen yapı doğrultusunda, doğunun zenginliklerinin cazip olmasıdır. Bu minvalde yoğun din duygularının yaşandığı Orta Çağ Avrupa'sında zaman zaman papalık tarafından organize edilen *Haçlı Seferleri* olduğu görülür. Din faktörünün itici güç olarak kullanılması Haçlıların vazgeçilmez sebepleri arasında olmuştur. *İsa'nın öcünü almak* fikri sonraki Haçlı seferlerinde de devam ettirilmeye çalışılan dini bir gerekçe olarak karşımıza çıkar. Nitekim Haçlıların en başından beri din için değil de doğunun zenginliklerini elde etmek için bu seferleri gerçekleştirdiği de aşikâr bir gerçektir.

Yine aynı sebeplere bağlı olarak Kudüs'ün, Müslümanların elinden alınması amacıyla bir sefer daha tertip edilmiştir. Tarihi kayıtlarda bu sefer için *Çocuk Haçlı Seferleri* adı verildiği görülür. Bu ismi almasındaki neden ise katılımcıların çocuk yaşta insanlardan oluşuyor olmasıdır. Almanya ve Fransa'da iki farklı çocuğun liderliğinde başlatılan hareket, yine din unsuru ön planda tutularak oluşturulmuştur. Katılımcılar sadece çocuklar değil, kadınlar ve çocukların ailelerini de içine almaktadır. Bu hadise 13. yy'ın başlarında 1212 yılında vuku bulmuştur. Diğer bir deyişle IV. Haçlı seferi sonrası ortaya çıkan *Çocuk Haçlı Seferleri*, akıllara diğer Haçlı seferlerindeki gibi savaşlar olduğunu getirirse de aslında sadece bir sefer yürüyüşünden ibarettir. Bu hareket her ne kadar savaşın yaşanmadığı bir sefer içeriğine sahip olsa da bu yolda yaşananlar bir savaşın vereceği acılar kadar iz bırakmıştır. Bu akademik makale, Çocuk Haçlı Seferleri'nin nedenleri, organizasyonu, seferlerin seyri ve sonuçlarını ayrıntılı bir şekilde ele alınmaktadır. Öte yandan, Avrupalıların masumiyetlerinin kullanımı ve Hristiyanlığın kutsal toprakları geri alma ideali ile ilgili önemli bir fenomen olarak değerlendirilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Kudüs, Orta Çağ, Haçlı Seferi, Çocuk Haçlılar.

The Sacred Journey of Innocence in Medieval Europe-Children's Crusades Abstract

Numerous Crusades were launched from Europe to the Muslim world. It wouldn't be accurate to say that the outcomes of these campaigns, except for the first one, were largely successful. However, the reason for the continuation of these expeditions stemmed from pragmatic notions formed around the wealth of the East, in line with the emerging structures in Europe. In this context, the Middle Ages in Europe, characterized by fervent religious sentiments, saw Crusades organized by the papacy from time to time. The utilization of religion

as a driving force has been among the essential factors behind the Crusades. The idea of avenging Jesus's death continued to be propagated as a religious justification in subsequent Crusades. Indeed, it is evident that from the very beginning, Crusades were undertaken not for religious reasons but rather to acquire the riches of the East.

Similarly, driven by these motives, another expedition was organized with the aim of recapturing Jerusalem from the hands of Muslims. In historical records, this campaign is referred to as the Children's Crusades. The name is derived from the fact that the participants consisted largely of young individuals. Initiated under the leadership of two different children from Germany and France, this movement was once again built around religious elements. Participants included not only children but also women and the families of children. This event took place in the early 13th century, specifically in the year 1212. In other words, the Children's Crusades emerged after the Fourth Crusade and, though it might bring to mind the warfare associated with other Crusades, it was essentially a march. While this endeavor did not involve actual battles, the events that transpired along the way left marks as profound as the wounds inflicted by war. This academic article thoroughly examines the reasons, organization, course, and outcomes of the Children's Crusades. Moreover, it analyzes the utilization of European innocence and the phenomenon of the Christian ideal to reclaim sacred lands as significant aspects of the narrative.

Keywords: Jerusalem, Middle Ages, Crusade, Children's Crusade.

Giriş

Selçuklu Türklerinin Anadolu yarımadasını 1071 Malazgirt zaferi¹ sonrasında hızlıca fethetmeye başlamaları, Bizans imparatorluğunu tedirgin etmeye yetmişti. Zaten siyasi ve ekonomi yönden oldukça zor durumda olan Bizans², böyle bir baskıyı kaldıracabilecek güçte değildi. İçinde bulunduğu bu durumdan kurtulmanın yollarını arayan Bizans çareyi, dindaşlarından yardım istemekte buldu (Altan,

¹ Malazgirt zaferiyle ilgili detaylı bilgi için bkz. Alican, M. (2017). *Malazgirt 1071 Kıyametin ilk günü*. İstanbul: Kronik yay.; Piyadeoğlu, C., Ayönü, Y., Çağlayan, E., vd. (2018). *Malazgirt zaferi bin yıllık miras*. (Haz. Alican, M.). İstanbul: Kronik yay.; Göksu, E. (2020). *Büyük Selçuklular (1040-1157)*, İstanbul: Selenge yay., s.59-83; Göksu, E. (2019). *Selçuklular, Muhteşem çağın mütevazî çocukları*. İstanbul: Kronik kitap. s.87-135; Göksu, E. (2021). *Sorularla Selçuklular*, Ankara: Anadolu yay., s.68-87; Ersan, M. & Alican, M. (2020). *Sorularla Selçuklu tarihi-Büyük Selçuklular-Selçukluları yeniden keşfetmek*. İstanbul: Timaş yay., s.128-145; Usta, A. (2020). *Sorularla Selçuklu tarihi*, İstanbul: Yeditepe yay., s.50-55; Özgüdenli, O. G. (2020). *Selçuklular-Büyük Selçuklu devleti tarihi (1040-1157)*. c.I. Ankara: İSAM yayınları., s.147-159; Ayönü, Y. (2014). *Selçuklular ve Bizans*. Ankara: TTK yayınları. s.33-57; Sümer, F. ve Sevim, A. (1988). *İslam kaynaklarına göre Malazgirt savaşı*. Ankara: TTK yayınları.

² Bizans imparatorluğunun sosyo-ekonomik yapısıyla ilgili detaylı bilgi için bkz. Gregory, E.T. (2011). *Bizans tarihi*. (Çev., Esra Ermert). İstanbul: Yapı Kredi yayınları; Cameron, A. (2015). *Bizanslılar*. (Çev. Özkan Akpınar). İstanbul: İşbankası yayınları; Mango, C. (2011). *Bizans-Yeni Roma imparatorluğu*. (Çev., Gül Çağalı Güven). İstanbul: Yapı Kredi yayınları. s.39-69.

2003b: s.1-2; Turan, 2014: s.128-129). Fakat bu yıllarda yardım isteğine olumlu bakmayan Batı dünyası Bizans'ı yalnız bırakmayı tercih etmişti (Kanat ve Burçak, 2018: s.41-45). Nitekim Çaka beyliğinin kurulması İznik'in Selçuklular tarafından fethedilip başkent yapılması, batı Avrupa'sının da bu durumun ciddiyetine varmasına sebep oldu (Usta, 2016: s.46-48).

Papa II. Urbanus'un 1095 Kasım ayında Clermont'ta yapmış olduğu Haçlı çağrısı ³ üzerine başlayan hareket, *Kutsal toprakları kurtarmak* amacı gütmekteydi (Runciman, 2008: s.83-92; Koca, 2017: s.2-3). Zira geçerli sebebin bu olduğu söylene de asıl amacın doğunun zenginliklerine erişmek olduğu açık ortadaydı (Usta, 2020: s.192-193).

Bu amaç doğrultusunda düzenlenen seferlerden sadece ilki (I. Haçlı seferi 1096-1101) başarıya ulaşmış, kutsal topraklar olarak bilinen *Kudüs* ele geçirilmişti⁴. Sonraki yapılan haçlı seferleri amacından uzak seferler olarak kalmıştır⁵. Özellikle IV. Haçlı seferinin (1203-1204) İstanbul (Bizans) üzerine yapılması ve İstanbul'un yakılıp yağmalanması haçlıların ne derece vahşi olduklarını ve amaçlarının asla din olmadığını bir kez daha ortaya koymuştu⁶.

Orta Çağ Avrupa'sının içinde bulunduğu yoğun dini duygular göz önüne alındığında, haçlı çağrısı vaazlarından her yaştan insanın etkilendiği görülür. Yapılan vaazlarla sürekli insan toplamaya çalışan keşişlerin şehir şehir dolaşmaları, birçok insanın onların etrafında toplanmasını sağlamıştır. Genellikle aynı ana tema üzerinde yapılan vaazlar, ateşli kocuşmalarla cenneti vad ediyor, hac görevini yerine getirmenin sevabını anlatıyor ve yine kutsal yürüyüşün öneminden bahsediyordu. Bütün bu vaatlerin insan üzerindeki etkisi oldukça

³ Urbanus'un yapmış olduğu konuşmanın bir kesitinde kullandığı cümleler Türklere yönelik iftiraları da içermekteydi. *Kudüs'ten ve İstanbul'dan çıkan elem dolu ifadeler defalarca kulaklarımıza geldi. Yani şöyle ki, Pers kralığında ortaya çıkan uğursuz ve tanrının varlığından uzak bir ırk (Selçuklu Türkleri) öyle bir ırk ki onların kalbi doğru değil ve ruhları Tanrı'ya karşı sadakatlerini kaybetmiş. Onlar, şiddetli bir şekilde Hristiyan topraklarını istila ettiler ve oralardaki nüfusumuzu yağma, ganimet ve ateş ile azalttılar. Onlar tutsakların bir kısmını kendi ülkelerine götürdüler, bir kısmını ise işkence ile merhametsizce katlettiler. Tanrının kiliselerini ya yıkırlar ya da kendi ibadethanelerine çevirdiler ve günahkârlıkları ve saygısızlıklarıyla mihraplarımızı yıktılar.* Papanın konuşmasının tamamını okumak için bkz. Yenidoğan, H. (14-16 Mart, 2019). "Papa II. Urban'ın (1088-1099) Klermont konsilindeki konuşmasının Türkçeye tercümesi ve değerlendirme 1095 Monk'lu Robert". Mersin: USBK. s.623-624

⁴ Kudüs'ün Hristiyanlar tarafından zaptı konusunda bkz. Aguilers, R. (2019). *Haçlılar Kudüs'te*, (Çev. Süleyman Genç). İstanbul: Yeditepe yayınları; Carnotensiz, F. (2009). *Kutsal toprakları kurtarmak Kudüs seferi*, (Çev. İlcan Bihter Barlas), İstanbul: IQ Kültür Sanat yayınları.

⁵ Haçlı seferleri ve sonuçları için bkz. Demirkent, I. (1994). "Haçlı seferleri düşüncesinin doğuşu ve hedefleri". *Tarih Dergisi. Prof. Dr. Hakkı Dursun Hatıra Sayısı*, 35, 65-78; Nomiku, H.A. (1997). *Haçlı seferleri*. (Yunancadan Çev. Kriton Dinmeç). İstanbul: İletişim yayınları; George, W Cox M.A. (2018). *Haçlı savaşları tarihi*. (Çev. İhsan Duru). İstanbul: ARK yayınları; Demirkent, I. (1996). "Haçlılar", *TDV*, c.14, ss. 525-546; Joinville, J. De. (2016). *Bir Haçlı'nın hatıraları*. (Trc. Cüneyt Kanat). İstanbul: Yeditepe yayınları.

⁶ IV. Haçlı seferinin yapılma gerekçeleri ve hedefinden sapmasının nedenlerini öğrenmek için bkz. Villehardouin, Geoffroi De. & Valenciennes Henri De. 2016. *IV. Haçlı Seferi kronikleri*. (Çev. Ali Berktaş). İstanbul: İş Bankası yayınları; Ögün Bezer, G. (2010), "Dördüncü Haçlı seferi ve İstanbul", *Tarih içinde İstanbul Uluslararası Sempozyumu, 14-17 Aralık*, ss.141-147; Kaya, S. (2020). "Enrico Dandolo'nun Dördüncü Haçlı seferindeki rolü", *3.Uluslararası Mardin Artuklu Bilimsel Araştırmalar Kongresi, Ocak 18-19*, ss.60-72

büyüktü. Erkek, kadın, yaşlı, genç demeden herkes bu vaazlara kulak kesilip keşişlerin arkasından yürüyebiliyordu. Bu etkileşim içerisinde kendilerine yer bulan çocuklar da olmuştu (Demirkent, 1997: s.185). Haçlı seferleri boyunca birçok kadın ve çocuk çeşitli vazifelerle haçlı hareketlerine katılmışlardı⁷.



Foto 1: *Atlıkarınca Alayı* diye isimlendirilen Çocuk Haçlılar.

Kaynak: (Altan, E. 2003a: s.38).

Selahaddin Eyyubi'nin 1187 senesinde Kudüs'ü Hristiyanların elinden geri alması Avrupa'da bir türlü hazmedilememişti⁸. Bu minvalde Kudüs'ün Müslümanlardan alınması için girişilen çaplarda boşa çıkmıştı. Papanın emriyle Avrupa'nın dört bir yanında haçlı ruhunu canlı tutmak adına vaazlar verilmeye devam etmişti. Nitekim Kudüs hala Müslümanların elindeydi ve yapılan haçlı davet çağrıları sonucu değiştirmiyordu. İşte yukarıda da bahsettiğimiz üzere yapılan bu haçlı vaazlarından etkilenen çocuklar Kudüs'ü Müslümanlardan almak için harekete geçmiş ve 1212 senesinde bir hareketliliğe sebep olmuşlardı.

Ortaya çıkan bu yeni hareketin adı *çocuk haçlı seferleri* olarak tarihe geçmiştir. Alman ve Fransız merkezli oluşturulan bu çocuk hareketinde, binlerce çocuk sefere katılmış ve yollara dökülmüştür. Sefere katılanların sadece çocuklardan oluşmadığı anneleriyle beraber katılan çocuk sayısının da bir hayli

⁷ Haçlı seferlerine katılan kadınlar ve vazifeleriyle ilgili detaylı bilgiler için bkz. Altınay, R. ve Dağdeviren, H.C. (2021). "Haçlı Devletleri döneminde kadın algısı, siyasi evlilikler ve devlet yönetiminde kadınların rolü". *Journal of History Culture and Art Research*, 10(3), ss.95-109; İstek, G. (2019). "Haçlı seferlerine katılan kadınlar". *Journal of IslamicJerusalem Studies*, 19(2), ss.205-224; Usta, A. (2017). *Haçlı hikayeleri*. İstanbul: Yeditepe yayınları. s. 31-33.

⁸ Kudüs'ün Selahaddin Eyyubi tarafından alınmasına dair detaylı bilgi için bkz. Enroul Kroniği, *Haçlı seferleri tarihi, Selahaddin Eyyubi ve Kudüs'ün fethi*, (Çev. Ahmet Deniz Altunbaş), İstanbul: Kronik Kitap. 2019; Gölgesiz Karaca, S. (2012). *Kudüs Haçlı Krallığı (1099-1187)*, (Basılmamış Doktora Tezi), Ege Üniversitesi, Sos. Bil. Enst. İzmir.

yüksek olduğu bilinmektedir. Bu konuda kaynaklar net bir bilgi veremese de katılan çocukların yaşlarının 6 -12-14 ve 18 yaş grubuna dahil olabileceği anlaşılmaktadır.

Makalemizin konusunu oluşturan *Çocuk Haçlıları* üzerine yapılan araştırmalar ile dönemin sosyo-ekonomik durumunun yanı sıra dini argümanların kullanımı üzerine çıkarımlar yapılmaya çalışılmıştır.

Fransız Çocuk Haçlıları

Doğunun zenginliklerine kavuşmak, din uğruna savaşmak arzusu ile Avrupa sokaklarında vaaz eden rahipler, haçlı ruhunu canlı tutmaktaydı. Bu vaazlardan yetişkinler kadar çocuklar ve gençlerde etkilenmişlerdi. Bu şartlar altında 1212 yılında *Çocuk Haçlı Seferleri*’ne ilk adım Fransa da atılmıştı (Altan, 2003a: 39; Kanat ve Burçak, 2018: s.160). Ülkenin kuzeyinde yer alan Vendome yakınlarında Cloyes adındaki köyde yaşayan ve çobanlık yapan 12 yaşındaki (Fr. Étienne, Lat. Stephanus veya Stephan von Orleans) Stephan adındaki çocuk, koyunlarını otlatırken Hz. İsa’nın ona fakir bir hacı kılığında görüldüğünü ve Kral’a (Philip II Augustus 1180-1223) verilmek üzere ondan bir mektup aldığını iddia eder (Çalışır, 2021: s.281; Gölgesiz Karaca, 2016: s.927). Diğer bir yaklaşımla Stephan rüyasında Hz. İsa ile görüşmüştü ve ortaya çıkan iddayı “*İsa bir hacı kılığında Stephan’a gözüktü ve mezarına olan ilgisizlikten dolayı ne kadar üzgün olduğunu söyledi. Sonra haçı alarak onun insanlara vaaz etmesine müsaade etti. Bu durumun doğruluğunu ispatlayabilmesi için de Fransa kralına iletilmesi üzerine ona bir mektup verdi*” sözleriyle ifade etmişti (İstek, 2019: 250).



Foto 2: Fransa Kralı Philip II Augustus (1180-1223)

Stephan'ın başına gelen bu meseleyi son derece etkileyici bir dille anlatması ve ateşli konuşmalar yapmasıyla çevresindekileri etkilemesi uzun sürmedi. O, haçlı seferi için bizzat vaazlar vermesi gerektiğine inanıyor ve bu görevi ona Hz. İsa'nın verdiğini dile getiriyordu (Munro, 1914: 517). Bu hususta oldukça heyecanlı olan Stephan, büyüklerin başaramadığını yapabileceğini söyleyerek Kudüs'ü Müslümanların elinden alabileceğini iddia ediyordu (Gölgesiz Karaca, 2016: s.927). Böylelikle Hristiyanlığı kurtaracağını düşünen Stephan'ın, etrafında kısa süre içerisinde kendisi gibi çocuk yaşta taraftar gruplar oluşmaya başlamıştı. Erkek ve kız gruplarından oluşan taraftarlar, Stephan'ı efendileri görüyor ve bu kutsal çocuk etrafında toplanıyorlardı. Oluşan gruplar ellerinde buhardandık sallayarak, haçlar ve mumlar taşıyarak ve içinde *“Hristiyanlığı yücelt yüce Tanrımız! Gerçek haçı bize geri kazandır yüce Tanrımız”*-*“Tanrı Hristiyanlığı yüceltsin, bizi gerçek haça kavuştursun”* sözlerinin geçtiği şarkılar söyleyerek köylerde, kasabalarda ve şehirlerde dolaşmaya başlamışlardı (Gölgesiz Karaca, 2016: s.928; Çalışır, 2021: s.281).

Stephan'ın konuşmalarıyla insanları etkilemesinin ardında yatan birçok sebep bulunmaktadır. Bu sebepler içerisinde; savaşlardan, salgın hastalıklardan ve fakirlikten yorulmuş ve bıkmış bir halk kitlesinin bu hareketliliğe tepki verip katılım yapması önemli rol oynamıştır. Halk, huzurlu, refah seviyesi yüksek bir ülkede yaşamak ve güvenilir insanlar arıyordu. Belki de Stephan halkın aradığı o masum ve güvenilir insan olabilirdi.

Bu bağlamda Fransa'nın birçok farklı bölgesinden (şehirlerden, kalelerden, kasaba ve köylerden) Stephan'ı görmek veya onun hareketine katılmak için yüzlerce çocuk evlerinden ayrılmıştı. Stephan, Kudüs'ü kurtaracağını her gittiği yerde tebliğ ediyordu (Munro, 1914: 519). Onun vaazlarını dinleyip etkilenen diğer çocuklar da farklı bölgelerde vaazlar vererek bu harekete katılımı arttırmaktaydı. Stephan, tıpkı Hz. Musa'nın kızıl denizi yardığı gibi onların da önünde denizin kuruyacağını ve kutsal topraklara varacaklarını vaazlarında sık sık dile getiriyordu. Bu şekilde Stephan, sayıları her geçen gün artan bir taraftara grubuna sahip olmuştu (Kanat ve Burçak, 2018: s.160). Hal böyleyken Stephan ve grubu yola koyulmuş ve kutsal vazifeyi yerine getirmek için harekete başlamışlardı. Kral'a mektubu vermek için yolda olan ve bu halde Saint Denis'e kadar gelen grup burada durakladı. Stephan burada Hz. İsa'nın onun aracılığıyla birçok mucizesini beraberindekilere gösterdi, bu durum taraftarların inançlarını ve çıktıkları yoldaki *kutsal yürüyüşü* perçinlemişti (İstek, 2019: 250). Artık o kutsal bir lider olarak görülüyordu ve sadece çocuklar tarafından değil yetişkinler için de ümit kaynağı oluştuyordu.

Bu inançla Fransa kralı II. Philippe götürülen mektup kral tarafından dönemin alimlerine (üniversite hocalarına) ve din adamlarına danışılarak değerlendirildi.

Neticede çocukların böyle bir harekete kalkışması yanlış bulunmuştu. Kral oldukça sakıncalı sonuçlar doğuracağı kanısıyla kesin bir dille çocukların evlerine dönmelerini istedi (Gölgesiz Karaca, 2016: s.927).

Kaynakların ifadesine göre, *Fransız çocuk haçlı hareketi*, kralın eve dönmeleri için yaptığı çağrıdan sonra bittiği yönündedir ve bu ihtimal kuvvetli görüşler içermektedir. Fakat kralın eve dönmelerini söylediği çocukların hepsi bu çağrıya uymamıştır. Yine kaynaklara göre 15 bin ile 30 bin gibi sayıda oldukları söylenen çocukların yollarda yaşadığı açlık, susuzluk ve hastalıktan ötürü ümitleri kırılmış evlerine dönmüşlerdir (Munro, 1914: 519). Bir araya gelen binlerce çocuk ilk zamanlarda heyecanla ve istekle katıldıkları hareketten pişman olmaya başlamış ve özellikle açlıktan dolayı evlerine geri dönmüşlerdi. Öte yanan çocukların bir kısmı Saint Denis de bir kısmı da Paris'te kalarak evlerine dönmeyi reddetmişlerdi.



Foto 3: Stephan (Étienne) yürüyüş yolunda çocuk muhafızlar eşliğinde.

Çocukların Akıbeti

Haziran 1212 senesinde Fransa-Vendome kentinde toplanmaya başlayan bu çocukların kaynakların ifadesine göre yaşları 12'yi geçmemektedir. Başka kaynaklarda da çocukların en küçüğünün 6 en büyüğünün 14 yaşlarında oldukları söylenmektedir. Öte yandan harekete katılanlar genellikle yoksul ailelere ait çocuklardır. Çiftliğini-köyünü terk ederek Stephan'ın peşine düşen bu fakir aile çocukları bir kurtarıcı ile yürüdükleri için kendilerini çok şanslı görmüşlerdir. Diğer yandan sadece fakir ailelerin değil asil aile çocuklarının da bu harekete katıldıklarını söylemeliyiz (Munro, 1914: 520-521).

İçlerinde çok genç papazların da bulunduğu kızlı erkekli bu çocuk grupları ailelerinden izinsiz veya onların izniyle harekete katılmışlardı. Hatta bazı aileler çocuklarından vazgeçmeyerek onlarla beraber yürüyorlardı. Öte yandan Stephan'ın vaazlarından etkilenen yetişkin Yaşlı hacılarda bu yürüyüşün kutsallığına inanmış olarak onlara katılmışlardı. Stephan artık insanların gözünde aziz Stephan veya kutsal Stephan olarak görülüyordu. Onun saçından bir tel veya giysisinden bir iplik teli elde edenler kendini çok şanslı görüyordu. Stephan artık silahlı askerler tarafından korunuyor ve bu koruma işini onunla temas halinde olan çocuklar üstleniyordu. Coşkulu kalabalık içerisinde Stephan halılarla bezenmiş bir arabaya oturtulmuş atlı korumaları da ona eşlik etmekteydi (İstek, 2019: 251-252).

Hal böyleyken Marsilya'ya doğru yola çıkan çocuklar, çetin şartlara rağmen yürümeye çalışmaktaydılar. Mevsimin yaz olması ve kuraklığın aşırı derecede olması çocuklar için su ve yemek bulmayı zorlaştırmıştı. Geçtikleri köylerden ve kasabalardan aldıkları yiyecekler bu kalabalık grubu doyurmaya yetmemekteydi. Çünkü halkın onlara destek olabilecek gücü yoktu ve ellerindeki imkanlarda ancak çok azına yetecek kadardı. Bu minvalde birçok çocuk yollarda açlıktan ve susuzluktan telef oldu (Altan, 2003a: s.39). Çetin yol şartlarına dayanamayan birçok çocuk ise evlerine geri döndü.

Marsilya'ya zor bela ulaşan çocuklar ise burada oldukça samimi karşılandılar. Her birine farklı ailelerin yanında yerler bulunarak konaklamaları sağlandı. Nasıl olsa sabah mucize gerçekleşecek ve deniz kuruyacak onlarda kutsal topraklara gideceklerdi. Onun için uzun süreli kalacak yer telaşına girmelerine gerek yoktu.

Ertesi gün denizin kurumasını -ya da ikiye ayrılacağı- görmek için limana akın eden insanlar ve çocuk haçlılar, büyük bir hüsrana uğramışlardı. Çünkü Stephan'ın vadettiği mucize gerçekleşmemişti. Bu hadise üzerine çoğu çocuk Stephan'ı kendilerini kandırdığı gerekçesiyle suçlayarak evlerine geri dönmek için harekete geçmişti. Diğer yandan mucizenin gerçekleşeceğine inanan çocukların sayısı oldukça fazla idi ve bu çocuklar günlerce mucizenin gerçekleşmesini beklediler.

Bu olaylar yaşanırken limanda ticaretle uğraştıkları bilinen Demir Hugue (Hugue/Hugo Ferreus) ve Domuz Guillaume (Guillaume/William Porcus) adlarındaki iki tacir çocukları ücretsiz olarak kutsal topraklara götürebileceklerini söylediler (Altan, 2003a: s.40). Nitekim bu iki şahsın niyeti pekte iyi değildi. Onları (çocukları) sadece tanrının rızası için taşıyacaklarını dile getiren bu iki tacir çocuklardan para almadan kutsal topraklara geçişi sağlayacaklardı (Gölgesiz Karaca, 2016: s.928). Nitekim teklifi hiç düşünmeden kabul eden Stephan ve ona inanan çocuklar derhal harekete geçerek gemilere bilmişlerdir. Onlar için bu gelişme bir mucizeydi ve deniz gemiler aracılığıyla ikiye yarılarak önlerinde

açılacaktı. Böylelikle Stephan'ın vadettiği mucize gerçekleşmiş oluyordu (Altan, 2003a: s.40; Kanat ve Burçak, 2018: s.161).

Çocuk haçlılar toplamda yedi gemiye binerek Akdeniz'i geçmek için yola koyulmuşlardı. Ne yazık ki çok geçmeden fırtınaya yakalanan gemilerden ikisi alabora oldu ve parçalanarak denizin dibine gömüldü. Birçok çocuk bu fırtınada hayatını kaybetti. Geriye kalan beş gemi ise tacirler tarafından İskenderiye ve Bugia-Bicâye limanlarına yönlendirildi (İstek, 2019: 253; Çalışır, 2021: s.282).

Tacirler çocukları kandırarak, onları köle olarak satmak için Müslüman topraklarına götürmüşlerdi. Halife tarafından 400 çocuk satın alınmıştı ve içlerinden keşiş-rahip olanlara iyi muamele edilmişti. Öter yandan Mısır valisi el-Kâmil bu çocuklardan okuma yazma bilenleri satın almış öğretmen, kâtip ve tercüman olarak yanında muhafaza etmişti. Rivayete göre diğer çocuklar Bağdat'ta satılmıştı ve bunlara din değiştirmeleri için baskı yapılmıştı, din değiştirmeyi reddedenler ise öldürülmüştü. Yine rivayete göre on sekiz yıl sonra 1230 senesinde çocuklarla beraber satılan bir Hristiyan hacının Mısır'dan Fransa'ya dönerek çocuk haçlılarından kalan biri olduğunu dile getirmesi büyük yankı uyandırmıştı (Altan, 2003b: 30-31). Ve hala İskenderiye'de 700 çocuğun-ki onlar artık yetişkin insanlardı- var olduğunu söylüyordu. Ve bu yetişkinlerin tarlalarda köle olarak çalıştırıldıklarını ve dinlerini değiştirmeyi reddederek keşiş hayatı yaşadıklarını söylüyordu (Gölgesiz Karaca, 2016: s.928).

Bütün bunlar değerlendirildiğinde yola çıkan çocuklardan sadece küçük bir grubun evlerine dönebildikleri anlaşılmaktadır. Gemilerle Mısır limanlarına geçenlerin akıbeti konusunda net bir bilgi bulunmamaktadır. Hareketin lideri Stephan ile ilgili de net ve doyurucu bilgi bulunmamaktadır.

Fransız haçlı çocuklarının haçlı hareketi aslında sadece toplanma ve yürüyüşten ibaret olduğunu göstermektedir. Neticede kutsal toprakları kurtarmak için oluşturulan grupların hedeften çok uzak kalması ve akıbeti konusunda netliğin olmaması bir haçlı seferi niteliğinden çok uzaktır. Anlatılanların hikâye tarzında olması efsanevi bir hal alması da hadisenin gerçekliği konusunda tartışma yaratmaktadır.

Öte yandan aynı sene içerisinde Almanya da ortaya çıkan çocuk haçlı hareketi Fransa'da çıkan hareketten daha gerçekçi ve daha fazla haçlı seferi niteliği taşımaktadır.

Alman Çocuk Haçlıları

Fransa'da bu olaylar yaşanırken Almanya (Köln) da benzer bir hadise meydana gelmekteydi. Bu hareket de yine çocuklardan oluşan bir haçlı seferini temsil ediyordu. Alman çocuk haçlı seferinin lideri Nikolaus adında bir çocuk lider idi. Bu çocuk da Stephan'ın vaazlarına benzer vaazlar vererek kutsal

topraklara yapılacak bir hareketten bahsetmekteydi (Demirkent, 1996: s.539; Altan, 2003a: s.41). Aradaki fark sadece Stephan'ın kutsal toprakları savaşarak elde edileceğine inanırken, Nikolaus bu işin dinsizleri konuşarak doğru yola getirileceğini vazediyordu. Nikolaus'da etrafına kısa sürede birçok taraftar toplamayı başarmıştı (Kanat ve Burçak, 2018: s.161). Hatta O, kendi vaazlarını yayacak havariler bulmakta güçlük çekmemişti. Bu bağlamda kısa süre içinde köylerden, kasabalardan ve kentlerden birçok taraftar Fransa'da olduğu gibi Köln'de bir araya gelerek onun etrafında toplanmaya başlamıştı (Çalışır, 2021: s.283). Yine katılımcıların yaş grubu çeşitlilik göstermekteydi ve çok küçük çocuklardan ergenlik çağındaki gençlere kadar bu harekete dahil olanlar vardı. Kaynaklarda 10-18 yaşlarının yanı sıra 10-14 yaş grubu çocukların olduğu tahmin edilmektedir. Hatta katılımcılarda emzikli kadınların dahi var olduğu zikredilmektedir (İstek, 2019: 252).

Nikolaus'un liderliğindeki Alman haçlı seferinin çıkış noktası tam olarak bilinmemektedir. Nitekim onun bu yola çıkışına etki eden hadise bir rüya üzerine gerçekleşmiştir. O, rüyasından bir meleğin kendisine görüldüğünü ve kutsal toprakları kurtarmak için Tanrı tarafından görevlendirildiğini söylüyordu. Yine meleğin ona, çıktığı yolda işinin kolaylaştırılacağına ve denizin ikiye ayrılarak hedefine ulaşacağına dair bilgiler verilmişti. Nikolaus'un vaazlarında kullandığı bu anlatılar benzer ifadelerle Stephan tarafından da sarf edilmişti. Rivayet odur ki Nikolaus'un ortaya attığı iddiaları Stephan dan kopya ederek kullanmış olduğudur. Nitekim kaynaklar iki hadisenin ne kadar benzer olsa da birbirinden bağımsız olduğu yönündedir.

Olaylar bu şekilde seyrederken Nikolaus'a katılmak için onun yanına gelen çocuklar Temmuz 1212 tarihinde yola çıkarak haç hareketini başlatmışlardır. Fransa'daki harekete göre daha çok asilzade çocuğun olduğu bu harekette toplanan gruplar ikiye ayrıldı. Ayrılan bu iki grup farklı yollarla Cenova'ya gideceklerdi. Nikolaus eşliğinde 20 Ağustos'ta İtalya'nın Piacenza kentine varan çocuklar burada 25 Ağustos'a kadar konaklamışlardır. Konakladıkları süre boyunca da onlara katılan genç yaşta kız-erkek taraftarlar olmuştur (Gölgesiz Karaca, 2016: s.929). Alman çocuk haçlılarının izledikleri yol genel hatlarıyla Nikolaus'un önderliğindeki grup-Alp dağları üzerinden İtalya yönündeydi. Bu güzergahta oldukça sıkıntılı günler geçiren çocuklar birçok köy ve kenti aşarak 25 Ağustos tarihinde Cenova'ya varmışlardı (Çalışır, 2021: s.283).

Sayılarının 700 binden fazla olduğu tahmin edilen çocukların yolda yaşadıkları sıkıntılardan ötürü o kadar çok ölen oldu ki grubun sadece üçte biri şehre varabilmişti. Kızlı erkekli gruplar halinde heyecanlı ve coşkulu bir şekilde şehre giren çocukların burada bir süre konakladıkları bilinmektedir. Nitekim bazı

grupların devam etmeyerek Cenova da kalmayı tercih ettiği bilinmektedir (Kanat ve Burçak, 2018: s.161).

Öte yandan çocukların büyük bir bölümü Nikolaus'un mucizesinin gerçekleşmediğini görünce evlerine dönmek için yola koyulmuş oldukları ve yollarda telef oldukları acı bir gerçektir (Altan, 2003a: s.41). Yine bazılarının Romay'a geçtiği bazılarının ise farklı şehirlere giderek burada kaldıkları bilinmektedir. Öte yandan Marsilya'ya yakın bir kent olan Vieneiam'a geçen çocukların bazılarının köle tacirlerince gemilere bindirilip Müslümanlara satılmak üzere götürüldüğü de bilinmektedir. Buradan anlaşıldığı üzere haclı kafilesi dağılmış ve farklı limanlardan kutsal topraklara girmek için girişimlerde bulunulmuştur. Nitekim bu çocukların çoğu kötü niyetli insanlar tarafından suistimale uğramış birçoğu ormanlarda, dağlarda açlıktan ve susuzluktan hayatını kaybetmişti. Yine gaspa uğrayanların sayısı da oldukça fazlaydı (Çalışır, 2021: s.283). Neticede kutsal yolculuk hayali ile yola çıkanlar büyük bir hayal kırıklığı yaşamış hatta canlarından olmuşlardı.

Çocukların Akıbeti

Yola çıkan çocukların çok azı Cenova'ya ulaşabilmişlerdi bunlardan birçoğu yollarda telef olurken birçoğu da İtalya'nın farklı (Roma Brindisi, Pisa, Cevova ve Treviso gibi) şehirlerinde kalmışlardı. Öte yandan dağınık şekilde hareket eden çocuk grupları bölge halkı tarafından alıkonularak kendilerine hizmetçi yapılmıştı. Yine bu devasa çocuk grubu çeşitli limanlardan kutsal topraklara girmek için çabalamış olsalar da köle tacirleri tarafından kaçırılarak Akdeniz ülkelerine satılmışlardı (Gölgesiz Karaca, 2016: s.930). Fransız haclı grubunun yaşadığı kadere benzer bir son yaşayan Alman haclı grubu, netice itibariyle yollarda ziyan olmaktan kurtulamamışlardı.

Bu bağlamda Cenova'da kalanlar burada yeni bir yaşam kurmuşlardır. Hatta yüzyıllar sonra buradaki asil ailelerden bazıları bu çocuk haclıların soyundan geldiğini iddia ederek kendilerine saygınlık kazandırmaya çalışmışlardır. Cenova'da kalmayıp Nikolaus ile hareket eden gruplar ise Pisa şehrine varmışlardı. Burada da mucizenin gerçekleşmediğini gören taraftarlar Filistin'e giden gemilere binmişlerdi ve bu çocukların akıbeti konusunda bir daha haber alınamamıştı (Kanat ve Burçak, 2018: s.162).



Foto 4: Papa III. Innocentius (1198-1216).

Kaynak: (Altan, E. 2003a: s.40).

Bu sırada Nikolaus hala mucizenin gerçekleşeceğine inanarak Roma'ya kadar ilerlemişti. Burada papa III. Innocentius (1198-1216) onu karşılamış ve saygınlıkla hürmette bulunmuştu. Papa da Fransa kralı gibi onların derhal evlerine dönmelerini kesin bir dille söylemişti (Altan, 2003a: s.41). Bunun üzerine hayal kırıklığı yaşayan çocuklar evlerine dönmek için yola çıktılar lakin yolda yaşanan sıkıntılar bu çocukların çoğunun ölümüne sebep olmuştu. Yalın ayak aç susuz yola koyulan bu çocuklardan kızlara tecavüz edildi hor görülerek öldürüldü. Hatta bu kız çocuklarından memleketine ulaşanlar için “bakire gidip kirli geldin” şeklinde söylemlerle aşağılayıcı sözler edilip dalga geçildi (İstek, 2019: 252). Erkekler köle ve hizmetçi olarak alıkonuldu veya ağır şartlar altında hayatlarını kaybetti. Eve dönmeyip İtalya'da kalmayı tercih edenler ise çeşitli köylerde ve kasabalarda konakladılar. Bu arada diğer grup da İsviçre üzerinden İtalya'ya varmışlardı. Buradan Ancona kentine inen grup, denizin önlerinde ikiye ayrılmadığını, mucizenin gerçekleşmediğini görünce hayal kırıklığına uğramışlardı. Bu haldeyken kıyı boyunca yürüyüşlerine devam ederek Brindisi

limanına varmışlardı. Ne yazık ki burada onları iyi şeyler beklemiyordu. Bu limanda da çocukları Filistin'e götüreceğini iddia eden tacirler onlara vaatlerde bulunarak gemilere bindirmişlerdi. Ne yazık ki gemilere binen bu çocuklara neler oldu bilinmemektedir. Öte yandan gemilere binmeyip evlerine dönmeye çalışan çocuklarsa çok azı bunu başarabilmişti (Altan, 2003a: s.41).

Alman çocuk haçlı seferi hareketinin lideri Nikolaus'un sonuyla ilgili net bir bilgi bulunmamakla birlikte onun, V. haçlı seferine katıldığı, Dimyat ve Akka kuşatmalarında savaştıktan iki yıl sonra evine döndüğü ifade edilmektedir (Çalışır, 2021: s.283; Gölgesiz Karaca, 2016: s.930). Nikolaus'un böyle bir hareketi başlatmasının sorumlusunun ise babası olduğu iddia edilmişti. Sefere katılan çocukların aileleri tarafından suçlanarak cezaya çarptırılan Nikolaus'un babası, idam edilerek öldürülmüştü. Çünkü o, sefere katılan çocukları köle tacirlerine satıyor ve bu işi organize bir şekilde yapıyordu (Kanat ve Burçak, 2018: s.162). Bunun için Nikolaus ve diğer çocukların kullanıldığı düşüncesi ağır basmaktaydı.

Sonuç

Haçlı seferlerinin temelini oluşturan kutsal toprakların elde edilmesi fikri ilk ortaya atıldığında Hristiyan dünyasında büyük yankı uyandırmıştı. Orta Çağ Avrupa'sının içinde bulunduğu sosyo-ekonomik durum göz önüne alındığında, böyle bir sefer çağrısının halk nazarında coşkuyla karşılanması olağan bir durum idi. Halkın içinde bulunduğu durumdan kurtulmak ve doğunun zenginliklerine erişmek için katıldığı bu kitlesel ve sistemli hareket ancak geçerli sebepler üzerine oturtulabilirdi. Bu doğrultuda kilise kontrolünde organize edilen ve din faktörü ön plana çıkarılarak düzenlenen ilk haçlı seferi amacı doğrultusunda hedefine ulaşmıştı. Nitekim haçlılar tarafından kurulan kontluklar ve krallıklar sayesinde Avrupa Arap coğrafyasında söz sahibi olmuştu.

1187 yılına gelindiğinde Müslüman lider Selahaddin Eyyubi'nin Kudüs'ü Hristiyanların elinden almasıyla Hristiyan Avrupa'nın planları yarıda kalmıştı. Haçlı ruhunu canlı tutmak için kutsal toprakların tekrar elde edilebilmesi adına uzun yıllar boyunca sefer çağrıları yapılmıştı. Ve her seferinde aynı ana tema üzerinde yoğunlaşan kilise, yine bu işin organizasyonunu yapmaktaydı.

Fransa ve Almanya da ortaya çıkan ve tarihi verilere göre gerçekliği konusunda tartışmaların olduğu *çocuk haçlı seferleri* de bu minval üzere ortaya çıkmış idi. Her ne kadar kilisenin kontrolü dışında gibi görünen bu hareketin aslında papa III. Innocentius'un istediği bir şey olduğu apaçık ortadaydı. Çünkü papanın bu seferler öncesinde yaptıklarına bakılacak olursa yeni bir haçlı hareketi zemini hazırladığı görülecektir. O Avrupa'da haçlı ruhunu ayakta tutabilmek adına elinden geleni yapıyor ve bu hadiselerde de gençleri ön plana çıkarıyordu.

Hatta bu hareketler sonrasında “*Bu çocuklar bizi utandırıyorlar. Bizler uyurken onlar kutsal toprakları almak için koşuşturuyorlar*” diyerek gelecek haçlı seferlerine zemin hazırladığını açıkça dile getirmektedir. Bu bağlamda gençlerin masumiyetinden faydalanarak oluşturulan hareketlerin ikisi de birbirine benzer nitelikler taşımaktaydı.

Neticede dini temeller üzerine inşa edilen *çocuk haçlı hareketleri* gerek Fransa’da gerekse Almanya’da binlerce çocuk ve gencin hassas duygularına hitap etmiş ve onları harekete geçirmişti. Kutsal toprakları kurtaracaklarına inandırılan bu çocuklar çıktıkları yolda telef olmuş ve büyük acılar çekmişlerdi. Sefere katılanların ağırlıklı olarak fakir kesimlerden oluşması ve her yaştan insanın bulunması ne yaş ne de maddi durumun göz önüne alınmadığını göstermekteydi.

Stephan ve Nikolaus liderliğinde birbirilerine çok yakın tarihlerde başlatılan bu hareketlerin neticeleri oldukça acı verici sonuçlar doğurmuştu. Binlerce çocuğun köle olarak satılması, evlerine dönmek isteyenlerin yollarda telef olması, kız çocuklarının tecavüze uğraması haçlı zihniyetinin ne derece acımasız ve vicdansız olduğunu bir kez daha ortaya koymuştur.

Bu bağlamda başarıdan oldukça uzak *çocuk haçlı hareketlerinin* sadece sonraki haçlı hareketleri için zemin hazırladığını söylemek yanlış olmaz. Çünkü III. Innocentius’un bu hadiselerden hemen sonra V. haçlı seferi için çağrılar yaptığı ve yeni bir sefer düzenlediği kesin bilgiler arasındadır.

Netice olarak Innocentius Kudüs’ü geri almak ve Hristiyan dünyasında mutlak güç konumuna gelmek için yapmayacağı şey yoktu. Ve ortaya çıkan bu *çocuk haçlı hareket’inden* kesinlikle haberi vardı. O, kendi hırs ve amaçları için binlerce çocuğun ölümüne sebep olmuş bir haçlı organizatörüydü.

Kaynakça

1. Aguilers, R. (2019). *Haçlılar Kudüs'te*. (Çev. Süleyman Genç). İstanbul: Yeditepe yayınları.
2. Alican, M. (2017). *Malazgirt 1071 Kıyametin ilk günü*. İstanbul: Kronik yayınları.
3. Altan, E. (2003a). "Çocukların Haçlı seferi". *Popüler Tarih dergisi*. 4(40), ss.38-48.
4. Altan, E. (2003b). *İkinci Haçlı seferi (1147-1148)*. Ankara: TTK yayınları.
5. Altınay, R. ve Dağdeviren, H.C. (2021). "Haçlı Devletleri döneminde kadın algısı, siyasi evlilikler ve devlet yönetiminde kadınların rolü". *Journal of History Culture and Art Research*, 10(3), ss.95-109.
6. Ayönü, Y. (2014). *Selçuklular ve Bizans*. Ankara: TTK yayınları.
7. Cameron, A. (2015). *Bizanslılar*. (Çev. Özkan Akpınar). İstanbul: İş Bankası yayınları.
8. Carnotensiz, F. (2009). *Kutsal toprakları kurtarmak Kudüs seferi*, (Çev. İlcan Bihter Barlas). İstanbul: IQ Kültür Sanat yayınları.
9. Çalışır, A.O. (2021). "Çocuk Haçlı seferi" *Ortaçağ Araştırmaları Dergisi*. 4(2), ss. 280-284.
10. Demirkent, I. (1994). "Haçlı seferleri düşüncesinin doğuşu ve hedefleri". *Tarih Dergisi. Prof. Dr. Hakkı Dursun Hatıra Sayısı*. 35, 65-78.
11. Demirkent, I. (1996). "Haçlılar", *TDV*, c.14, ss. 525-546.
12. Demirkent, I. (1997). *Haçlı Seferleri*. İstanbul: Dünya yayınları.
13. Enroul Kroniği, *Haçlı seferleri tarihi, Selahaddin Eyyubi ve Kudüs'ün fethi*, (Çev. Ahmet Deniz Altunbaş), İstanbul: Kronik Kitap. 2019.
14. Ersan, M. ve Alican, M. (2020). *Sorularla Selçuklu tarihi-Büyük Selçuklular-Selçukluları yeniden keşfetmek*. İstanbul: Timaş yayınları.
15. George, W & Cox M.A. (2018). *Haçlı savaşları tarihi*. (Çev. İhsan Duru). İstanbul: ARK yayınları.
16. Göksu, E. (2019). *Selçuklular, Muhteşem çağın mütevazı çocukları*. İstanbul: Kronik kitap.
17. Göksu, E. (2020). *Büyük Selçuklular (1040-1157)*. İstanbul: Selenge yayınları.
18. Göksu, E. (2021). *Sorularla Selçuklular*. Ankara: Anadolu yayınları.
19. Gölgesiz Karaca, S. (2012). *Kudüs Haçlı Krallığı (1099-1187)*, (Basılmamış Doktora Tezi), Ege Üniversitesi, Sos. Bil. Enst. İzmir.
20. Gölgesiz Karaca, S. (2016). "Orta Çağ Avrupası'nda çocuk hareketi: Fransız ve Alman çocukların Haçlı Seferi". *Geçmişten günümüze şehir ve çocuk II*. (ed. Osman Köse). Canik Belediyesi Kültür yayınları. Samsun.

- 21.Gregory, E.T. (2011). *Bizans tarihi*. (Çev., Esra Ermert). İstanbul: Yapı Kredi yayınları.
- 22.İstek, G. (2019). “Haçlı seferlerine katılan kadınlar”. *Journal of Islamicjerusalem Studies*. 19(2), ss.205-224.
- 23.İstek, G. (2019). “Almanca eserlerde çocuk haçlı seferleri”. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*. 12(65), ss.248-254.
- 24.Kanat, C. ve Burçak, D. (2018). *Sorularla Haçlı seferleri*. İstanbul: Yeditepe yayınları.
- 25.Kaya, S. (2020). “Enrico Dandolo’nun Dördüncü Haçlı seferindeki rolü”. *III.Uluslararası Mardin Artuklu Bilimsel Araştırmalar Kongresi, Ocak 18-19*, ss.60-72
- 26.Koca, S. (2017). “Haçlı Seferleri sebep ve sonuçları bakımından nasıl değerlendirilebilir?”. *Akademik Bakış Dergisi*. 10(20), ss.15-35.
- 27.Mango, C. (2011). *Bizans-Yeni Roma imparatorluğu*. (Çev., Gül Çağalı Güven). İstanbul: Yapı Kredi yayınları.
- 28.Munro, D.C. (1914). “The Children’s Crusade”. *American Historical Review*. 19(3), ss.516-524.
- 29.Nomiku, H.A. (1997). *Haçlı seferleri*. (Yunancadan Çev. Kriton Dinmeç). İstanbul: İletişim yayınları.
- 30.Öğün Bezer, G. (2010), “Dördüncü Haçlı seferi ve İstanbul”, *Tarih içinde İstanbul Uluslararası Sempozyumu, 14-17 Aralık*, ss.141-147.
- 31.Özgüdenli, O. G. (2020). *Selçuklular-Büyük Selçuklu devleti tarihi (1040-1157)*. c.I. Ankara: İSAM yayınları.
- 32.Piyadeoğlu, C., Ayönü, Y., Çağlayan, E., vd. (2018). *Malazgirt zaferi bin yıllık miras*, (Haz. Alican, M.). İstanbul: Kronik yayınları.
- 33.Runcıman, S. (2008). *Haçlı seferleri tarihi*, c.3, (Çev: Fikret Işıltan) Ankara: TTK yayınları.
- 34.Sümer, F. ve Sevim, A. (1988). *İslam kaynaklarına göre Malazgirt savaşı*. Ankara: TTK yayınları.
- 35.Turan, O. (2004). *Selçuklular zamanında Türkiye*. İstanbul: Ötüken yayınları.
- 36.Usta, A. (2016). *Çıkarların gölgesinde Haçlı seferleri*. İstanbul: Yeditepe yayınları.
- 37.Usta, A. (2020). *Sorularla Selçuklu tarihi*. İstanbul: Yeditepe yayınları.
- 38.Usta, A. (2020). *Sorularla Bizans İmparatorluğu tarihi*. İstanbul: Yeditepe yayınları.
- 39.Usta, A. (2017). *Haçlı hikayeleri*. İstanbul: Yeditepe yayınları.
- 40.Villehardouin, Geoffroi De. & Valenciennes Henri De. 2016. *IV. Haçlı seferi kronikleri*. (Çev. Ali Berktaş). İstanbul: İş Bankası Yayınları.

- 41.Yenidoğan, H. (14-16 Mart, 2019). “Papa II. Urban’ın (1088-1099) Klermont konsilindeki konuşmasının Türkçeye tercümesi ve değerlendirme 1095 Monk’lu Robert”. *Mersin Uluslararası Sosyal Bilimler Kongresi*.14-16 Mart, ss.623-624.
- 42.Joinville, J. De. (2016). *Bir Haçlının hatıraları*. (Trc. Cüneyt Kanat). İstanbul: Yeditepe yayınları.

40. Bölüm

Sağlık Turistinin Kalite Arayışı ve Fiyat Faktörü

Ahmet ÖNAL¹

1 Öğr. Gör.; Giresun Üniversitesi Keşap Meslek Yüksekokulu / Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Sağlık Turizmi Anabilimdalı Doktora Pr. ahmet.onal@giresun.edu.tr ORCID No:
0000-0001-8638-4751

ÖZET

1. GİRİŞ

Sağlık turizmi son yıllarda hızla gelişen bir sektör haline gelmiştir. Yeni teknolojilerin kullanımı ve uluslararası seyahat kolaylıklarının artması, insanların sağlık hizmetlerine farklı ülkelerden erişebilmelerine olanak tanımıştır. Bu durum, sağlık turizminin sadece tıbbi amaçlı seyahatlerden öte, insanların sağlık hizmetlerini alırken aynı zamanda tatil yapma imkanı sunan bir sektöre dönüşmesine neden olmuştur. Sağlık turistleri, sağlık hizmeti almak için farklı ülkeleri tercih etmektedirler. Bu tercihlerinde, ülkelerin sağlık hizmetlerinin kalitesi, fiyatları ve teknolojik altyapısı gibi faktörler etkilidir. Sağlık turizminin bu denli hızla gelişmesi, ülkelerin sağlık turistlerine yönelik hizmetlerini geliştirmelerini ve kalite standartlarını yükseltmelerini gerektirmektedir.

Sağlık turistlerinin kalite arayışları, hizmet öncesinde bilgi arayışları, araçlar/temsilcilerle olan ilişkileri, uluslararası bağlantıları ve akreditasyon konuları incelenmiştir. Sağlık turistlerinin fiyat faktörüne olan hassasiyetleri ise, seyahate yatkınlıkları, ülkeler arası fiyat farklılıkları, sigorta ve zorunlu bireysel harcamaları, hasta bakım ve rehabilitasyon harcamaları gibi konulara odaklanarak ele alınmıştır.

Sağlık turizmi, gelişen teknolojiler ve seyahat kolaylıklarının birleşimiyle hızla büyüyen bir sektördür. Sağlık turistlerinin kalite arayışları ve fiyat faktörüne olan hassasiyetleri, sektörün gelecekteki dinamiklerini belirleyen önemli faktörlerdir. Bu doğrultuda, sağlık turizmi sektöründe yer alan farklı paydaşların, sektörün gereksinimlerini karşılamak üzere hizmetlerini geliştirmeler gerekmektedir. Bu gelişmeler, sağlık turizmi sektörünün daha da büyümesine ve dünya genelinde daha fazla insanın sağlık hizmetlerine erişimini sağlamasına yardımcı olacaktır. Sağlık turistlerinin kalite ve fiyat faktörlerine olan hassasiyetleri, sektörün gelecekteki yönünü belirlemektedir. Bu faktörlerin yanı sıra, sağlık turizmi sektöründe yer alan diğer dinamikler de ele alınmıştır. Çalışmada, sağlık turistinin tanımı ve seyahat motivasyonları, sağlık turistlerinin kalite arayışları, kalite beklentileri, hizmet öncesi bilgi arayışları, araçlar/temsilcilerle olan ilişkileri, uluslararası bağlantıları ve akreditasyon konuları ele alınmıştır. Son olarak ise sağlık turistlerinin fiyat faktörüne olan hassasiyetleri incelenerek seyahate yatkınlıkları, ülkelerarası fiyat farklılıkları, sigorta ve zorunlu bireysel harcamaları, hasta bakım ve rehabilitasyon harcamalarından bahsedilmiştir.

Çalışma, sağlık turizmi sektöründeki farklı paydaşların sektörün gereksinimlerini karşılamak için stratejiler geliştirmelerine yardımcı olacak önemli bir kaynak olarak değerlendirilmelidir. Sağlık turizmi sektöründe yer alan tüm paydaşların, sektörün hızla değişen dinamiklerine uyum sağlamaları ve bu doğrultuda hizmetlerini geliştirmeleri gerekmektedir. Sağlık turizmi sektörü,

sağlık hizmetlerine erişimde önemli bir rol oynamaktadır ve bu nedenle, sektörün sürekli olarak gelişmesi ve iyileştirilmesi, toplum sağlığı açısından da son derece önemlidir.

2. SAĞLIK TURİSTİ

Sağlık turizmi, hastalıkların tedavi edilmesi, sağlığın korunması ve iyileştirilmesi amacıyla ikamet edilen yerden farklı bir yere yapılan seyahatleri ifade eder. Bu tür seyahatlerde sağlık turistleri, uluslararası seyahat ederek gidilen ülkede sağlık hizmetlerinin yanı sıra boş zamanlarını da değerlendirir. Genel olarak sağlık turistlerinin amacı, sağlıklarını iyileştirmek, fiziksel durumlarını düzeltmek, estetik ameliyatlar veya organ nakli gibi ihtiyaçları karşılamaktır. Ayrıca, bazen özel diyetler, akupunktur, bitkisel tedavi gibi alternatif yöntemleri de tercih edebilirler. (Görener, 2016; Heung, Küçükusta ve Song, 2010; Sonel, Gür ve Eren, 2019; Tütüncü, Kiremitçi ve Çalışkan, 2011).

Sağlık turistleri, kalp ameliyatları, kalça yenileme, diş tedavisi, spa ve masaj gibi tedavilere yönelik seyahatler düzenlemektedir (Reddy, York ve Brannon, 2010). Bazı ülkelerde organ nakli veya kök hücre tedavisi gibi prosedürler yasak olduğundan insanlar bu engelleri aşmak için seyahat etmektedir (Heung, Küçükusta ve Song, 2010). Ötenazi gibi uygulamaların da dahil olduğu kürtaj veya medikal turizm, İsviçre'nin önemli bir destinasyonu haline gelmiştir. Sağlık turistleri, sağlık tesislerinden tıbbi yardım almak için bulundukları yerden ayrılarak seyahat eden kişiler olarak değerlendirilebilir. Sağlık turistleri, tedavi amacıyla seyahat ettikleri için tatil amaçlı seyahat eden turistlerden farklı olarak bir zorunluluk temeline dayanmaktadır (İçöz, 2009). Turist sağlığı ise tatil, iş veya sağlık hizmeti almak amacıyla seyahat eden turistlerin sağlıklı bir çevrede ve kazaları önlemeye yönelik faaliyetleri içerir (Tengilimoğlu, 2019: 199). Sağlık turistleri, sağlık hizmeti almak amacıyla planlı ve koordineli bir şekilde seyahat eden kişiler olarak tanımlanır (Toprak, Elsaied ve Mahmood, 2014). Bu nedenle sağlık turistleri, ihtiyaç duydukları sağlık hizmetini almak için sürekli olarak ülkelerinden başka ülkelere seyahat etmektedir (Özkurt, 2007). Ayrıca sağlık turistleri, var olan sağlık sorunlarını çözmek için ürün ve hizmetler satın alırken (Kiremit, 2008), sağlık hizmeti için gittikleri ülkelerde tatil amacıyla gelen turistlere göre daha fazla harcama yapmaktadır (Şahin ve Şahin, 2018). Sağlık turistleri, tedavi amaçlı seyahatlerinde tedavi sonrası zamanlarını turistik yerlerde dinlenerek geçirmek istemektedirler (Öncü, Çatı ve Yalman, 2016).

Sağlık turistlerinin seyahatlerindeki temel motivasyonlar, yerel sağlık hizmetlerinin yetersiz veya gecikmeli oluşu, teknolojik altyapının eksikliği ve yüksek maliyetlerdir. Bu turistler, daha kaliteli ve hızlı sağlık hizmetleri aramaktadır (Ehrbeck, Guevara ve Mango, 2008). Ayrıca, bazı ülkelerde belirli

prosedürler için uzun bekleme listeleriyle karşılaşmaları da tedavi için yurtdışına seyahat etme kararlarını etkileyebilir (Heung, Küçükusta ve Song, 2010). Bekleme süreleri, özellikle Kanada ve İngiltere gibi ülkelerde sağlık turistleri için önemli bir sorun olabilir (Toprak, Elsaied ve Mahmood, 2014). Hasta haklarına göre, hastalar sağlık hizmetinden yararlanırken öncelik sırasının belirlenmesi ve bu sıraya uygun şekilde hizmet almayı talep etme hakkına sahiptir. Ancak, bazı durumlarda sağlık kuruluşlarının sınırlı imkanları nedeniyle talepler zamanında karşılanamayabilir (Durmuş, 2017:111).

Sağlık turistleri, daha iyi sağlık koşullarına sahip ve bekleme süreleri daha kısa olan ülkelere seyahat etmektedir (Tontuş, 2018). Seyahatlerinin amacı, bazen sağlıklarını geri kazanmak, bazen de sağlıklarını korumaktır (Eriş, 2019). İklimi daha iyi olan bir ülkeyi tercih eden sağlık turistleri, genellikle sanayileşmenin neden olduğu hava kirliliği, çevre sorunları ve zorlu çalışma koşulları gibi olumsuz etkilerden uzaklaşma amacı gütmektedir (Bostan ve Yalçın, 2016). Gelişen tıp teknolojileri sayesinde sağlık turistleri sürekli olarak daha iyi bakım arayışı içerisinde. Bu nedenle, tedavi olabilmek için uzak mesafeleri göze alabilmektedirler (Çapar, 2018). Ulaşım altyapısındaki gelişmeler sayesinde bugün birçok destinasyona kolay ve ekonomik bir şekilde ulaşım sağlanabilmektedir. Sağlık turistleri, gittikleri yerlerde farklı insanlarla etkileşimde bulunarak sosyal ve kültürel deneyimlerini paylaşır ve uluslararası ilişkilerin gelişimine katkıda bulunurlar (Özer ve Songur, 2012). Sağlık turistleri genellikle sağlık sorunlarıyla ilgili bilgi edinmek amacıyla seyahat etmektedir (Durmuş, 2017:110). İnternet üzerinden geniş bilgilere erişebilmeleri, sağlık turistlerinin gelişen teknolojiye yararlanmalarını sağlamaktadır (Heung, Küçükusta ve Song, 2010). Sağlık turistleri, stratejik iş birliği kurdukları yerlerle sosyokültürel etkileşimde bulunarak sağlık alanı başta olmak üzere birçok alanda iletişim ve iş birliği sağlamaktadır (Özsarı ve Karatana, 2013). Sağlık kurumlarından yeterli bilgi alabilme hakkı ve arayışı da sağlık turistlerinin beklentileri arasındadır (Aşıcioğlu ve Demircan, 2015; 44).

Sağlık turistleri, sağlık hizmeti aldıkları kurumlarla iletişim eksiklikleri yaşayabilmektedir, özellikle dil kaynaklı sorunlar ortaya çıkabilmektedir (Tengilimoğlu, 2019:120). Ayrıca, sağlık turistleri yurtdışında aldıkları sağlık hizmetinin ücretini bazı ülkeler ve sağlık sigortaları karşılamakta iken, bazı ülkelerde ve sağlık sigortalarında karşılanmamaktadır. Bu durumda, hastalar kendi cebinden ödeme yapmak zorunda kalmaktadır (Sonel, Gür ve Eren, 2019). Ulusal sağlık hizmetleri ve birçok sağlık sigortası, genellikle prosedür eksikliği nedeniyle sağlık hizmet ücretlerini ödemez (Heung, Küçükusta ve Song, 2010). Bazı sağlık turistlerinin ise sağlık sigortasına sahip olsalar da turist satın aldığı tedaviyi karşılamayan durumlarla karşılaşabilmektedir (Reddy, York ve

Brannon, 2010). Literatür incelendiğinde, sağlık turistlerinin zaman zaman sağlık sigortası konusunda eksikliklerle karşılaştığı görülmektedir.

Sağlık turistlerine sağlık kurumları tarafından sunulan hizmette, güvenilir hekimler, uygun tedavi ve ilaçlar ile belirli kalite standartlarına uyulması önemlidir (Avcı, 2017:140). Sağlık turistlerinin seyahat kararlarını etkileyen faktörler arasında ekonomik nedenler ve ülkenin yasal politikaları yer alabilir (Heung, Küçükusta ve Song, 2010). Sigortasızlık, sağlık sigortalarındaki kısıtlamalar, uzun bekleme süreleri, pahalı sağlık hizmetleri, kaliteli ve profesyonel sağlık hizmetine olan talep, seyahat şartlarının kolaylaşması, tatil yapma isteği ve hastalığın veya ameliyatın bilinmemesi gibi sebeplerle insanlar başka ülkelere sağlık amaçlı seyahat etmektedir (Arı, 2017; Bostan ve Yalçın, 2016; Şahin ve Şahin, 2018). Sağlık turistlerinin seyahat nedenleri farklılık gösterse de temel motivasyonları sağlıklarını iyileştirmektir. Bu nedenle, sağlık turistlerinin tüketici olarak değerlendirilerek seyahat öncesi karar süreçlerinin incelenmesi önemlidir.

3. SAĞLIK TURİSTİNİN KALİTE ARAYIŞI

Sağlık turistlerinin başka bir ülkede sağlık hizmeti almak istemelerinin nedeni yüksek standartlara sahip hizmet alma isteğidir. Kendi ülkelerinde bazı sağlık merkezleri dünyaca bilinen kuruluşlar olabilir ancak sağlık turisti kendi kalite beklentisi doğrultusunda karar verecektir. Edinilen bilgiler kişinin başka bir ülkede sağlık hizmeti almasının doğru olacağını kendisine düşündürdüyse ve gideceği ülkedeki koşullardan beklentilerinin karşılanacağına inanıyorsa bu deneyimi isteyecektir. Bu tatmin düzeyi bazen cerrahi yeterliliği yüksek hekimlerin varlığı olabilirken, bazen gidilecek destinasyonun bu konudaki bilinirliği ikna etmeye yeterli olacaktır. Bazı durumlarda ise sadece maliyet endişeleri sağlık turistini ikna etmeye yetebilecek bir durumdur (Milstein ve Smith 2007: 141).

Sağlık Turistinin Kalite Beklentisi ve Gerçekler

Sağlık turisti yurt dışında tedavinin daha iyi olacağını düşünerek karar verdiğinden bazı beklentiler içerisinde olması normaldir. Ancak sağlık hizmeti diğer hizmetlerden farklı olarak geri dönülemez sonuçlar da doğurabileceği için bu durum iyi gerçekçi olarak ele alınmak durumundadır. Nitekim hiç kimse hastaneye girdiği durumdan daha sağlıksız bir şekilde çıkmak istemez. Tıbbi müdahale sonucunda az da olsa öngörülenden farklı sonuçlarla karşılaşmak mümkün olabilmektedir. Sağlık hizmeti, hizmeti alanın memnun olmaması durumunda ve hatta ölse bile ödeme yapmak zorunda kalınan bir hizmet olması nedeniyle diğer hizmetlere göre farklılık gösterir. Bu sebeple yurtdışında sağlık

hizmeti almak isteyen sağlık turisti, yüksek ve düşük fiyat ile kalite arasındaki farkı düşünürken daha hassas davranmalıdır.

Yurtdışında tedavi riskler ve tehlikeler içerebilir, ancak aynı durum kendi ülkesinde alınacak tedavi için de geçerli olacaktır. Amerika Birleşik Devletleri'nde bir hastanın uygun tedavi olma ihtimalinin %53 olmasına rağmen ülke dışından tedavi için sağlık turistlerinin tercihinde olan bir ülke durumundadır. Hollanda'da %17, Fransa'da %18 ve Almaya'da %20 ihtimalle tıbbi hata ihtimali gösteriyor ki kendi ülkesinde veya sağlık turisti olarak başka bir ülkeden alınan sağlık hizmetinin her zaman bir riski söz konusu olabilmektedir (Adams ve ark. 2007: 2).

Sağlık turistinin beklentisinin dışında, alacağı sağlık hizmetinde hekimin hatasından kaynaklanan sorunlarla karşılaşabileceği, sağlık hizmeti alımı sırasında özellikle tercümanların terminolojiye hakim olmamasından kaynaklanan dil ve tercüme sorunları gibi bir çok durumla karşılaşlabilecektir. Yine başka bir ülkede alınacak tedavinin bazı eksik belgelerle aksaması da mümkün olabilmektedir. Bu durumlarda baştan bir tıbbi sürecin başlaması ve testlerin tekrarlanması gerekebilir (Timmons 2008: 11). Bunun neticesinde yanlış teşhis, alerjik problemler, gecikme, tekrarlanan testler gibi nedenlerle ekonomik ve zaman olarak fazladan maliyetleri katlanma gerekebilecektir.

Elbette teknolojisinin gelişmesi ile sorunların kaynakları tespit edilerek ortadan kaldırmakta mümkündür. Sağlık turistinin geldiği ülkedeki hekimin sevk halkasıyla tedavinin yapılacağı yere gerekli altyapıyı kullanarak hastanın bilgilerini yollaması birçok sorunun önüne geçebilir. Burada hastanın kan grubu, alerjik bilgileri gibi bilgilerinin olması hem tedavinin süresi bakımından tasarruf sağlayacak hem de bu testlerin tekrar yapılmasına engel olarak sağlık turistinin aldığı hizmet karşılığında katlandığı maliyetin artmasına engel olacaktır (Reisman 2010: 60). Bu veriler artık dünya çapında kullanılan ortak bilgi sistemleri, hasta ile gönderilen elektronik veri aktarıcılar, hatta telefonlar ve akıllı saatlerle bile geline ülkeden sağlık hizmeti alınacak ülkedeki sağlık kuruluşuna rahatlıkla aktarılabilir.

3.1. Sağlık Turistinin Hizmet Öncesi Bilgi Arayışı

Sağlık turistinin alacağı sağlık hizmetinin daha önceden deneyimleyenlerin, satın almadan önce veya satın aldıktan sonraki değerlendirmeleri, bu yöndeki fiyatlandırmalar, bekleme süreleri, olanaklar, karşılaşılan sonuçlar konusunda bilgi ihtiyacı sağlık turizmin önemli bir noktasını oluşturmaktadır. Amerikan Medikal Turizm Derneğinin (2009) yapmış olduğu çalışmada sağlık turistlerinin bilgi kaynakları sorulmuş ve katılımcıların %49 internet kaynaklarından öğrendiklerini söylerken sadece %2 doktorlarının yönlendirmesinden

bahsetmiştir. Yine aynı çalışmada alternatif hastaneler ve destinasyonları nasıl öğrendikleri sorulmuş ve sonuç %73 internet kaynakları, %5 arkadaş tavsiyesi ve %5 profesyonel kuruluşlar demiştir (Medical Tourism Association, 2009: 34). Bu durum sağlık turistlerinin her türlü bilgi ihtiyaçlarını internet ortamından karşılamaya çalıştıklarını göstermektedir.

Sağlık turistinın destinasyon ve sağlık kuruluşu araştırırken elde ettiğı bilgiler genellikle bu hizmeti sağlayıcılar tarafından üretilmektedir. Sağlık turizmi kapsamında hasta kabul eden hastanelerin kendi web siteleri en kolay örneklerdir. Bu sitelerde kendi yerel dillerin yanı sıra, İngilizce, Almanca, Japonca, Arapça, Çince, Rusça gibi bilinen dillerde ve varsa hizmet sunduğı alanda var olan ve potansiyel olabilecek ülkelerin dillerine yer verilir. Bunun haricinde çok dilli seçenekleri olan web portallarıyla işbirliğı yaparak sitelerini buralarda sergileyebilirler. Web sitesi genellikle sağlık turistinın hizmet hakkında ilk bilgi edindiğı yer durumundadır.

Sağlık turizmi amacıyla hizmet veren sağlık kurulları sağlık turistlerine ulaşabilmek ve sundukları hizmetler hakkında bilgi sağlamak amacıyla potansiyel ülkelerde ofisler açmaktadırlar. Buralarda doğru iletişim için genellikle yabancı araçlar istihdam edilmektedir. Bu araçlar; tanıtımcılar olabileceğı gibi, doğrudan doktorlar, seyahat acenteleri veya sigorta şirketleri olabilir. Konaklama ve seyahat içerikli paketler hazırlanarak paket olarak hizmet sunmak ve paket bilgiler üretmek, tekrar eden hizmet alımlarına özel indirimler sağlamak, potansiyel müşterilerin kullanım alanlarında görünür olmak gibi işlerle sağlık turistinın işini kolaylaştırmaktadır.

Sağlık turistinın bilgi edinmesine yönelik bu hizmeti sunanlar tarafından uluslararası gazete, dergi, çeşitli web ilanları, sosyal medya tanıtımları gibi içerik üretimi de önemli yer tutmaktadır. Bazı ülkelerde tıbbi hizmetlerin reklam ve tanıtımının yasal olmadığı yerlerde bile sağlık turizmi bağlamında bu faaliyetlerin yürütülmesine müsaade edilebilmektedir. Bazı ülkelerde yapılan tanıtımlar daha önceden hizmeti almış memnun müşteri referansları ve görselleri ile ancak mümkün olabilirken, bazı ülkelerde hizmetlerin tanıtımı doktorun nitelikleri, sağlık kuruluşunun adres bilgileri yer alabilmektedir. Malezya'da 2006 yılında yasalaşan kanuna göre tüm tıbbi reklamlar ülkenin sağlık bakanlığına bağlı tıbbi reklamlarla ilgilenen bir kurulun onayıyla yayınlanabilmektedir. Burada tıbbi reklamlar abartılı vaatler ve dünya standartlarında gibi ifadeleri içermemelidir. Tayland'da tıbbi kuruluşlar genellikle ülkede yer alan konseyden markalaşma ve tanıtım materyallerine izin almak zorundadır. Bazı durumlarda sağlık turizmi yapan hastaneler kendileri ve hekimleri hakkında geniş bilgiler sunarak bu tanıtımları yaparlar. Öyle ki bu hekimlerin özgeçmişleri tam bir tanıtım aracı olarak kullanılır. Bunun neticesinde

birçok ülkede kendi yerel hekimlerinden çok bu hekimler bilinirler (Ehberk ve ark. 2008: 5).

3.2. Sağlık Turisti ve Aracılar/Temsilciler

Sağlık turistlerinin tamamına yakını tedavilerinin balamasından önceki süreçte, tedavi kararı verdikten sonra başlayan tedavi sürecinde ve tedavinin bitişinden sonraki süreçte tıbbi olmayan durumlarla ilgili yardıma ihtiyaç hissederler. Ülkeleri dışında başka bir yerde tedavi kadarı verecek olan kişilerin istedikleri güven ortamının oluşturulması ve endişelerinin giderilmesi önem arz etmektedir. Burada sağlık turistine bu deneyimi sırasında aracılık yapacak olan kuruluşun yaklaşımı ve açıklayıcı hizmetleri kararları ve memnuniyeti doğrudan etkilemektedir. Sağlık turistine aracılık edenler sağlık turizmin ilk yüzleri konumundadır. Sağlık turistinin tedavi alacağı ülkeyle ilk bağı, sigorta şirketleri ile olan iletişim kanalı ve diğer hizmetleri aracı kuruluşun operasyon kabiliyetine göre şekillenmektedir. Bu durum da sağlık turistinin memnuniyetinde aracı kuruluşun önemli ölçüde etkisinden bahsedilebilmektedir (shgmturizmdb.saglik.gov.tr).

Sağlık turistinin tedaviye karar verme süreci normal bir ürünün satın alınma sürecinden daha farklı olabilmektedir. Bir ürünün satın alınma sürecinde temel olarak alınabilecek marjinal faydaya odaklanılmaktadır. Yani katılan ekonomik bedelin karşılığında elde edilen faydasından bahsedilir. Bu durum seyahat ve yer değiştirmeyi içeren bir turizm hizmeti almada, öncelikle gidilecek destinasyonun özellikleri, ulaşım imkanları, güvenlik endişeleri gibi daha fazla bileşenin değerlendirilerek karar verilmesini zorunlu kılacaktır. Her iki durumda da farklı hazlarla karar verilebilecektir. Ancak durum sağlık hizmetlerini kapsadığında satın alma kararının daha karmaşık bir hal aldığı ortadadır (Di-Maggio ve Louch 1998: 635). Tedavi kararları genellikle birinci basamak sağlık hizmeti veren bir sağlık uzmanının ofisinde başlayan süreçtir. Kendini iyi hissetmeyen hasta, ilk olarak bu sağlık uzmanına başvuracaktır. Buradan hastalığın durumuna ve yapılacak tedavinin niteliğine göre daha donanımlı bir sağlık kuruluşu veya sağlık hizmetinin başka bir ülkede alınması kararları birbirini izleyecektir. O halde ilk başvuru hekimin yönlendirmesiyle hasta bir sağlık turisti olabilecektir. Genellikle sağlık hizmeti almak için başka bir ülkeye ihtiyaç duyulan yerlerde ilk basamak sağlık kuruluşlarındaki hekimin sağlık turizminin ilk aracı konumunda olması bu alanda uluslararası sağlık kuruluşlarıyla olan bağlantısıyla orantılıdır. Uzaktaki bir hekimle bu tür iletişim kurulabilmesi son zamanlarda daha mümkün hale gelmektedir (Reisman 2010: 69).

Hekimlerin tavsiye ve yönlendirmesiyle başlayan sağlık turistinin yolculuğu, sağlık hizmeti alacakları sürede bütün işlemlerini takip edecek tek bir muhatap arayışı ve ardından profesyonel aracı kuruluşlarla iletişime geçilmesiyle devam eder. Bu profesyoneller sağlık hizmeti alacakları süre ile ilgili önceden belirlenen yaklaşık maliyetler ve tedavi sürecini açıklayıcı planlarla sağlık turistini tedavisi dışında kalan komplike sorunlarından kurtaracak paket hizmetler sunmaktadır. Bu sorumluluk yüklü işin profesyonel kurumlar eliyle yapılması hem hasta için hem de tedavi hizmeti alacağı sağlık kuruluşunun lehine olacaktır.

Ülkelerin sağlık turizmiyle ilgili aracı kuruluşlara bazı yetkilerin verilmesi ve denetlenmesiyle ilgili kurallar koyması bu konuda yaşanacak güvensizliklerin de önüne geçecektir. Türkiye’de sağlık turizmi ile ilgili aracılık yapmak isteyen kuruluşlar, Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü bünyesinde yer alan Sağlık Turizmi Daire Başkanlığı aracılığıyla bu belgeyi alabilirler. Mayıs 2023 itibariyle Sağlık Turizmi Daire Başkanlığı tarafından sağlık turizmi Yetki Belgesi verilen 763 aracı kuruluş bulunmaktadır (shgmturizmdb.saglik.gov.tr).

3.3. Sağlık Turisti ve Uluslararası Bağlantılar

Sağlık turistlerinin tedavi olacakları destinasyona karar verme sürecinde, ilgili sağlık kuruluşunun tıbbi ve yönetsel olarak dünya standartlarında olduğu önemli yer tutmaktadır. Bu durumda bir sağlık kuruluşunun küresel anlamda bilinirliğinin olması veya bu boyutta bilinirliği olan bir platformun üyesi olması sağlık turistinin tercihlerine olumu olarak yansıyacaktır. Böylece yerel sağlık kuruluşları işbirlikleri ölçüsünde tercih edilebilir olacaktır.

Türkiye’de yer alan hastanelerin bir çoğunun da çeşitli uluslararası işbirliğiniin olduğu bilinmektedir. Kolombiya Üniversitesinin Doktorlar ve Cerrahlar Birliği İstanbul’da yer alan bazı sağlık tesisiyle işbirliğindedir. Yine aynı birliğin Fransa’nın Paris kentinden, İsrail’in Beersheba kendine kadar farklı sağlık kuruluşları ile işbirliği içerisinde olması sağlık turisti açısından önem arz etmektedir (www.pgh.cuimc.columbia.edu). Amerika Birleşik Devletleri’nin New York kentindeki Memorial Sloan-Kettering kanser merkezinin uluslararası işbirliğinde, İstanbul’daki sağlık kuruluşlarından HongKong’a, Barcelona’dan Genevre’ye, Atina’dan São Paulo ve Singapore’a birçok üyesinin olması ayrı bir örnektir (www.mskcc.org).

Uluslararası bağlantılar sağlık turistine verilecek olan hizmet kalitesinin, yabancı ortağın bulunduğu ülkedeki kaliteye benzediğine ilişkin güven verir. Örneğin genel olarak kendisini kanıtlamış Johns Hopkins sağlık tesislerine olan güven, Şili’nin Las Condes kliniğine aralarındaki uzun süreli uluslararası işbirliği sayesinde ve yine JCI akreditasyonları sayesinde uluslararası anlamda sağlık turistinin güvenerek gelmesine sebep oluyor (www.clinicalascondes.cl). Şili’deki

bu klinik her ne kadar donanımlı olsa da en büyük başarısını beş farklı uluslararası akreditasyona ve çok sayıda uluslararası işbirliğine borçludur.

Uluslararası ortaklıklar genel olarak yalnızca sağlık kuruluşlarında bulunan hijyen standartlarının kontrol altına alınması, verilerin düzenli ve güvenli bir biçimde elde edilmesi ve saklanması, sağlık personelinin doğru iş yaptığını tespit etme ve onaylama gibi durumlarda daha çok işe yarar. Ancak diğer durumlarda bazı sağlık kuruluşları gerekli teşhis ve tedavi yöntemlerinin başka bir yerde devam etmesini gerektirecek durumlarla karşılaşabilirler. Her ne kadar uluslararası düzeyde birçok şekilde akredite olmuş olsanız da bazı durumlarda daha yüksek uzmanlık bilgisi gerektiren ve daha donanımlı, kapasiteleri yüksek olan sağlık kuruluşlarına sevkler ihtiyacı duyulabilmektedir. Uluslararası işbirliği bu anlamda çift yönlü çalışan bir durumdur. Burada sistematik olarak gelişmekte olan bir ülkedeki sağlık sisteminin parçası olan sağlık kuruluşu, daha iyi tedavi amacıyla hastasını yeri geldiğinde daha gelişmiş sağlık kuruluşlarına sahip olan başka şehre ya da başka ülkeye göndermek durumunda kalabilir (Reisman 2010: 75). Bu ortaklık tedavinin ötesinde eğitime kadar uzanabilir. Bu konuda ortak çalışan çok fazla uluslararası kuruluş bulunmaktadır. Bu durum sağlık turistinin tedavi olacağı destinasyonu ve sağlık kuruluşunu seçmede önemli yer tutmaktadır.

3.4. Sağlık Turisti ve Akreditasyon

Bir ürünün satın alınmadan önce kontrol edilmesi mümkündür ancak hizmetlerin satın alınmasında bu durum pek imkan dahilinde olmamaktadır. Özellikle sağlık hizmetlerinin alımı sırasında telafi edilmesi mümkün olmayan sonuçların ortaya çıkabileceği gerçeği bilinmektedir. Bu durum sağlık hizmeti alıcısının bu hizmeti sağlayan sağlık kuruluşu ve hekime güveninden geçmektedir (Gülcemal 2015: 39). Sağlık turistinin yaşadığı yer sınırları dışında alacağı hizmete güvenebilmesi ancak belirli standartları aramasından geçmektedir (Lautier 2008: 104). Genel olarak aranan bu standartlar akreditasyon koşulları ve hekimlerin deneyimleri ile olmaktadır (Oberholzer ve diğerleri 2007).

Hekimlere güven genellikle sahip oldukları diplomalar ve üye oldukları uluslararası birlikler dikkate alınarak değerlendirilmektedir (Cham ve diğerleri 2015: 15). Hekimin eğitimini nerede ve ne zaman aldığı, nerelerde çalıştığı, farklı ülkelerdeki deneyimleri, yapılacak olan tedaviyi daha önce kaç defa gerçekleştirdiği ve başarılı olma durumu gibi veriler hekimin gene anlamda değerlendirilmesi anlamındadır. Bu anlamda özellikle yurtdışında eğitim almış veya çalışmış hekimler gelecek olan sağlık turistinin kriterleri arasında olacaktır.

Bazı durumlarda sağlık turistinin tedavi olmayı arzu ettiği ülke ve sağlık kuruluşuna, gerek ücretlerin yüksek olması gerekse zaman veya başka

nedenlerden gidemediği durumlarda bu ülke ve sağlık kuruluşundan eğitim almış veya çalışmış hekimlerin bulunduğu gidilebilecek yerlerin tercih edilmesi mümkündür. Bunu genel olarak arzu edilen sağlık hizmetini verecek hekimin akreditasyonu gibi değerlendirmek mümkündür (Reisman 2010: 76). Yurtdışında eğitim almış hekimlerin genel olarak bu ülkelerdeki profesyonel tıp derneklerinin üyeleri oldukları ve bu aidiyetlerinin mesleklerine yansıdığı var olan bir durumdur (Crozier ve Baylis 2010: 298). Örneğin Malta'daki tüm cerrahlar İngiltere Genel Tıp Konseyi'ne, estetik cerrahlar İngiliz Plastik ve Estetik Cerrahlar Derneğine veya Amerikan Plastik Cerrahlar Derneğine kayıtlıdır. Bu durum birçok ülke için böyledir. Bunun yanı sıra uluslararası birliklere üye olanlar da vardır (Reisman 2010: 77).

Sağlık turistinın hekim özelliklerinden sonra sağlık kuruluşunun güvenilirliği konusuna önem verdiği ile ilgili yapılan çalışmalara göre kuruluşun akreditasyonu önemli bir yer tutmaktadır (Medical Tourism Association, 2009: 36). Akreditasyon alacak olan sağlık kuruluşları ilk etapta kendi ülkelerinde yer alan yerel standartlara uygun sertifikaları edinmektedir. Hemen hemen her ülkenin yerelde akreditasyona yönelik kuruluşları vardır. Türkiye'de bu konu ile ilgili Türkiye Sağlık Enstitüleri Başkanlığı (TÜSEB) bünyesinde sağlık hizmetlerinde akreditasyon faaliyetlerini yürütmek amacıyla Türkiye Sağlık Hizmetleri Kalite ve Akreditasyon Enstitüsü (TÜSKA) tarafından yürütölmektedir. TÜSKA aynı zamanda Dünya'da kalite ve akreditasyon faaliyetlerinin çatı kuruluşu olan ISQua'ya (The International Society for Quality in Healthcare) üyedir (www.tuseb.gov.tr).

Yerel akreditasyon kuruluşları ülkelere göre, Birleşik Krallık'ta Sağlık Bakanlığı, Malezya Sağlıkta Kalite Derneği (MSQH), Filipin Sağlık Kuruluşlarının Akreditasyonu Konseyi (PCAHO), Tayland'da Hastane Kalite Geliştirme ve Akreditasyon Enstitüsü (HA-Tayland), Meksika'da Consejo General de Salud (CGS), Hindistan'da hem Hindistan Sağlık Hizmetleri Federasyonu (IHF) hem de Hastaneler ve Sağlık Hizmeti Sağlayıcıları için Ulusal Akreditasyon Kurulu (NABH), Ürdün, Sağlık Hizmetleri Akreditasyon Konseyi (HCAC) gibi örnekler verilebilir (Reisman 2010: 78). Dünya Sağlık Örgütü her ülkenin kendi akreditasyon kuruluşuna sahip olmasını, Uluslararası Sağlık Hizmetlerinde Kalite Derneği'nin (ISQua) bir kolu olan Uluslararası Akreditasyon Federasyon Konseyi (IAFC) tarafından onaylanmış olması koşuluyla desteklemektedir. ISQua, 70'den fazla ülkede akredite ulusal akreditasyon kuruluşlarına sahip bağımsız, kar amacı gütmeyen bir kuruluştur. Aynı zamanda, DSÖ'nün tanınmasıyla JCI gibi ulusal üstü kurumları akredite eden organdır (www.isquaa.org). Sağlık turisti kendi ülkesi tarafından yeterli akreditasyon verilmiş olan sağlık kuruluşlarını daha rahat seçebilmektedir.

Joint Commission International (JCI) Amerikan sağlık kurumları ortak akreditasyon kurumu olan The Joint Commission on Accreditation of Healthcare Organizations JCAHO'nin bir alt kuruluşu olarak ortaya çıkmıştır. Uluslararası düzeyde hastane akreditasyonu yapmak ve ABD dışındaki sağlık kuruluşlarını denetlemek amacıyla kurulan JCI, halen dünya genelinde özel veya genel anlamda sağlık kuruluşlarının akreditasyonunu sağlama görevini üstlenmektedir (<https://www.jointcommissioninternational.org>). JCI 2009 yılında 35 ülkede 242 sağlık hizmeti sağlayıcısını (Reisman 2010: 78), 2018 yılında 68 ülkeden 1020 sağlık kuruluşunu akredite etmişken (Önal ve diğerleri 2018:188) güncel sayılara göre 70 ülkeden 926 kuruluşa akreditasyon vermektedir (<https://www.jointcommissioninternational.org>).

Sağlık turistinin tedavi olmak için gideceği ülkede gerek yerel gerekse uluslararası akredite olmuş kuruluşları tercih etmesi kalite beklentisi açısından doğaldır. Amerika ve Avrupa ülkeleri sağlık turisti açısından tercih edilse bile kendini kanıtlamış sağlık kurumlarına turist çekebilmektedir. JCI verilerine göre Avrupa'da akredite olmuş kuruluş son derece azdır. Ancak gelişmiş ülkelere az gelişmiş ve gelişmekte ülkelere maliyet kaygılarıyla yapılan sağlık turistleri bu ülkelere kuruluşlara güvenmek için akreditasyon koşulunu önemsemektedir.

4. SAĞLIK TURİSTİNİN HİZMET ALIMINDA FİYAT FAKTÖRÜ

İnsanlar yaşadıkları sağlık sorunları neticesinde tedavi arayışları için zaman zaman yurtdışına çıkmaktadır. Bu yurtdışı arayışının önemli nedenlerinden biri de fiyat faktörüdür. Bulunduğu ülkede alabileceği sağlık hizmetini daha ucuza alabilme ihtimali hastaları bu arayışa yönlendirmektedir. Sağlık hizmetlerinin yüksek maliyet ve pahalı bakım bedelleri fiyatlar konusunda daha rekabetçi ülkelere bir sağlık turisti çekim potansiyeli oluşturmaktadır. Fiyatın sağlık turistinin tercihleri üzerindeki önemli etkisi bu kısımda farklı kategoriler üzerinden açıklanacaktır.

Bu durumu altı kategoride değerlendirmek gerekirse bunlar; ilk olarak sağlık turistinin seyahat yatkınlığı, ikincisi ülkeler arasındaki karşılaştırmalı maliyetler, üçüncüsü ödeme durumunun karşılanması için sağlık turistinin sigorta durumu, dördüncüsü sağlık turistinin bireysel olarak cebinden çıkacak maliyetleri göze alması, beşincisi bakım rehabilitasyon ve tedavi sürelerinin uzaması neticesinde oluşabilecek harcamalara katlanılması ve son olarak ta sağlık turistinin karşı karşıya kaldığı fiyatın istediği faydayı yeterince sağlaması durumunu ifade etmektedir.

4.1. Sağlık Turistinin Seyahate Yatkınlığı

Sağlık turisti önceleri genellikle bazı medikal turizm hizmetleri için seyahat ederlerdi. Bu durum fiyat olarak oldukça pahalı olduğundan gelişmemiş veya gelişmekte olan ülkelerdeki üst gelir grubuna sahip kişiler tarafından tercih edilebilirdi. Yani tedaviyi başka ülkede aramak özellikle alt gelir grubundaki ülke vatandaşları için sadece belirli kişilerin ulaşabileceği bir imkan durumundaydı. Bu durum zamanla değişerek yeni sağlık turizmi anlayışına dönüştü ve sağlık turistleri güneyden kuzeye, doğudan batıya olduğu gibi kuzeyden güneye ve batıdan doğuya doğru da sağlık hizmeti almak için hareket eder hale geldi (Reisman 2010: 28). Yani artık sağlık hizmetlerinde gelişmiş dünya ülkelerinin erişebildiği hizmetlere az gelişmiş ülkelerin vatandaşları da erişebilmektedir. Bu durumda temel koşul hastaların sağlık hizmeti almayı deneme arzularının olmasıdır. Kendi ülkelerinde alacakları sağlık hizmetini bir başka ülkede daha ucuza alacak olmanın anlaşılması durumunda sağlık için seyahat kaçınılmaz olmaktadır. Sağlık hizmetini başka bir ülkede almanın önündeki engellerden en önemlisi bilgi sahibi olunmadığı için yaşanan endişedir.

Yüksek eğitim seviyesine sahip ve iletişim araçlarını yaygın kullanabilen kişiler bile sağlık için seyahatin endişelerini taşıyabilmektedirler. Amerika'nın Doğu Wisconsin Eyaletinde Nicolet Bank tarafından yapılan iş dünyasının düşüncelerini almak için yapmış olduğu Business Pulse çalışmasında, katılımcıların yarısının sağlık turizmini yeterince duymadıkları ortaya çıkmıştır. Sağlık turizmini daha önce duyduğunu söyleyenlerden de yarıya yakını konu hakkında kısmen bilgisi olduğunu ifade etmiştir. İlgili çalışmada detaylı bir şekilde açıklanan sağlık turizmi ve maliyetin düşük olduğu durumda alınabilecek sağlık hizmeti ihtimali 600 yöneticinin büyük çoğunluğunda olumlu karşılanmış ve bundan sonraki sağlık hizmeti ihtiyaçlarının diğer ülkelerdeki fiyatlar sonucu şekilleneceğini belirtmişlerdir. Katılımcı yöneticilerin sağlık hizmeti alımlarının gerek bireysel gerekse aile olarak başka bir ülkede hem tatil hem de daha ekonomik olarak görülebilen bir tedavi şeklinde olabilme ihtimalinin olumlu karşıladığı ortaya çıkmıştır (Bina 2007: 49). Diğer bir çalışmada da 2008 yılında Amerika'da üç bin kişi ile yapılan çalışma sonucunda, gençler başka bir ülkede sağlık hizmeti alma ihtimaline olumlu yaklaşırken belirli yaş üstü katılımcıların buna ucuz dahi olsa endişeli yaklaştığı anlaşılmaktadır. Yine erkeklerin kadınlara oranla daha çok başka bir ülkede ucuz sağlık hizmeti alabilme arzusunda olabileceği ortaya çıkmıştır. Bu tercihlerde demografik özelliklerden etnik kökenlere varana kadar birçok etki söz konusu olmakla birlikte temelde sağlık hizmeti almak için seyahate yatkınlığa genel olarak ekonomik gerekçeler hizmet etmektedir (Deloitte Center for Health Solutions 2008: 5).

Başka bir çalışmada, 1935 yılında George Gallup tarafından kurulan Analitik Araştırma ve Danışmanlık şirketi olan Gallup tarafından 2009 yılında yapılmış ve benzer sonuçları ortaya çıkarmaktadır. Bu çalışmaya göre sağlık hizmeti alımı niyetinde daha düşük fiyat varsayımının önemini yüksektir (Brown ve Khoury 2009:). Bu ifadeler diğer bir Deloitte anketinde daha iyi bir sağlık hizmetinin maliyeti daha ucuzsa eğer başka bir ülkeye gitmeye degecek bir davranış olduğundan bahsedilmektedir (Deloitte Center for Health Solutions, 2008: 5). Sağlık turizmi amaçlı seyahat etme isteğinde olanların gelirler durumlarına göre bu durum değişmektedir. Kanada merkezli Thompson Reuters şirketinin 2008 tarihli araştırmasında yurt dışında tedavi ve tıbbi bakıma ilgi duyanların gelir seviyesi yüksek kişilerden oluştuğunu ortaya koymuştur (International Medical Travel Journal, 2008).

Avrupa tarafında da sağlık turistlerinin seyahat eğilimi yine daha ekonomik koşullarda alınabilecek sağlık hizmeti için yakın ülkelere gitme arzusu yönünde olmaktadır. Almanya gibi ülkelerde yapılacak bir dış tedavisinin Türkiye veya Macaristan da yapılması, konaklama ve ulaşım dahil edildiğinde bile yüzde elli daha ucuza yapılabilir (Reisman 2010: 29). Avrupa Birliği'nde 2007 yılında Gallup tarafından yapılan çalışmada katılımcıların büyük bir kısmının başka bir Avrupa ülkesinde tedavi aramaya yatkınlığı olduğu anlaşılmaktadır (Gallup Organization 2007: 12). Bunun ötesinde tedavinin yanı sıra bakım ve rehabilitasyon için yurt dışına gitme yatkınlığı olanların sayısı da bir hayli fazla olduğu aynı ortaya konulmuştur. Tedavi masraflarının yüksek olduğu ülkelerde yaşayanlar daha ucuza sağlık hizmeti alma arzusuyla baka ülkeye gitme niyetinde olmakla birlikte, yaşlı bakım maliyetlerinin yüksek olduğu Almanya gibi ülkelerde yaşayan gençler de yaşlandıkları zaman daha ucuz ülkelere yaşlı bakım hizmeti alma yönünde görüş bildirmişlerdir. Elbette sağlık hizmeti için seyahat yatkınlığının tek sebebi para değildir. En önemli etkenlerden biri de tedavi sürelerinin kısalığı ve sağlık hizmetinden alınan memnuniyet düzeyleridir (Tyndall 2018: 15).

Sağlık hizmeti için seyahat etmek arzusunda olanların tedaviden beklediği faydanın ve tedavi sürelerinin kendi ülkesinden daha iyi olduğunu düşünenleri olduğu kadar, kendi ülkesiyle eşit koşullarda sağlık hizmeti alma beklentisinde olanların da hem tedavi hem tatil amaçlı başka ülkeye gitmek istediği bilinmektedir (Medical Tourism Association 2009: 35). Özellikle Avrupa bölgesinde sağlık hizmeti için dış tedavisinde Türkiye, Macaristan ve Polonya tercih edilirken, doğum amaçlı seyahatlerde Türkiye, Kıbrıs ve İspanya ön plana çıkmaktadır. Avrupalı tarafından kozmetik cerrahi için ise en çok tercih edilen destinasyonlar İspanya ve Belçika olarak ortaya çıkmaktadır. Sağlık turistleri, sağlık hizmeti alma konusunda seyahat etmekten çekinmeyen ve bu durumu hem

tedavi hem de bakım ve rehabilitasyon hizmetleri için yakınlarına tavsiye etme yatkınlığında olan kişilerdir. Öyle ki kendi ülkesiyle eşit koşullarda olan durumlarda bile farklı ülkelerden sağlık hizmeti alma yatkınlığı olan kişilerdir (Ehrbeck ve diğerleri 2008: 6).

4.2. Hedef Fiyatta Ülkelerarası Farklar

İnsanların sağlık amacıyla seyahatleri son yıllarda hızla gelişmektedir. Bu amaçla yurt dışına yapılan yolculuklar, hastanelerden alınan medikal tedaviler, yaşlı ve engelli bakım rehabilitasyon hizmetleri ve termaller olarak her geçen gün daha da artmaktadır. Sağlık turizminin finansal olarak büyümesi dikkatleri üzerine çekerek bir rekabetin ortaya çıkmasına sebep olmaktadır (Tontuş 2017: 55). Az gelişmiş ülkelerin üst gelir grubundaki insanların her türlü sağlık hizmeti için gelişmiş ülkelere doğru yaptığı sağlık seyahati son zamanlarda, gelişmiş ülkelerin alt gelir grubunda yer alan insanların ekonomik kaygıyla az gelişmiş ülkelere sağlık hizmeti alma arzusuyla daha da büyüyen bir pazar haline gelmektedir. Bu durum sağlık turizminde her kıtadan birçok ülkeye olan talebin artmasına neden olmaktadır (Çimen 2018: 107). Ortadoğu, Avrupa ve Kuzey Amerika daha yoğun olmakla birlikte her geçen gün çeşitli destinasyonlarda sağlık turizmine dair harcamalar artmaktadır. Avrupa'da yaklaşık dört milyar Euro, ABD ise beş milyar Dolar seviyelerine kadar olan bu harcamalar Dünyanın çeşitli yerlerine dağılmaktadır (Cna 2019: 35).

Sağlık turizmi için yapılan işlemlerin maliyetleri ülkelere göre bazı değişiklikler gösterse de söz konusu başka bir ülkeden gelen yabancı olunca işlemin faturası yerele çıkarılacak faturaya göre biraz daha kabarık olabilmektedir. Sağlık hizmetleri anlık olarak mukayese edilmesinin ve yeniden satışının mümkün olmadığı hizmetler olunca bu faturalarda yaşanan oynaklığın tespiti de hayli güç olmaktadır. Bunun tek yolu bir sonraki alternatifle değerlendirmek gibi görünmektedir. Kendi ülkesindeki yüksek maliyetlerden kurtulma amaçlı gelen sağlık turisti fatura abartmalarını hizmet süresi aksamadığı ve maliyetinin kendi ülkesinde katlanmak zorunda kalacağı kısmı geçmediği yere kadar göze alabilir (Reisman 2010: 24).

Bu fiyat farkları ülkelere göre öyle farklı hale gelebilmektedir ki aradaki durum sağlık turistinin seyahati birçok durumda rahatlıkla göze almasına neden olur. Örneğin Amerika'da 123 bin dolar Bypass işlemi Güney Kore'de 27 bin dolar, Kosta Rika'da 27 bin dolar, Singapur'da 17 bin dolar, Tayland'da 15 bin dolar, Türkiye'de 14 bin dolar ve Hindistan'da 8 bin dolar olabilmektedir. Yine bir kalça protez işlemi Amerika'da 40 bin dolar, İsrail'de 36 bin dolar, Güney Kore'de 21 bin dolar, Tayland'da 17 bin dolar, Kosta Rika'da 14 bin dolar, Türkiye'de 14 bin dolar, Malezya'da 8 bin dolar ve Hindistan'da 7 bin dolar

olarak uygulanmaktadır. Yine Hindistan'da 2 bin beş yüz dolara yapılabilen tüp bebek tedavisi Türkiye'de 5 bin dolar, Amerika'da 12 bin beş yüz dolar, Singapur'da 15 bin dolar fiyatlarını bulmaktadır (Medical Tourism 2021). Ülkeler arasında var olan bu derece farklı fiyat uygulamaları sağlık turistlerinin gideceği ülkelerde alacağı hizmetin kalitesi, süresi yanı sıra fiyat faktörünü de önemli kılmaktadır. Bunların yanı sıra önemli fiyat unsurlarından biri de sigortaların maliyeti olacaktır. Ülkeden ülkeye farklılık gösteren sigorta yapıları özellikle Amerika gibi ülkelerde çok yüksek olabilmektedir. Bu da sağlık hizmetini başka bir ülkeden alma arzusunda olan sağlık turistinin maliyetlere kendi imkanlarıyla göğüs gereceği gerçeğini ortaya çıkarır (Reisman 2010: 26). Bütün bu maliyetlere rağmen ülkeler arası fiyat uçurumları o kadar derindir ki Amerika, İsrail, Kosta Rika gibi sağlık hizmetlerinin pahalı olduğu ülkelere Hindistan, Tayland, Türkiye gibi ülkelere aynı hizmeti daha ucuza alma düşüncesiyle sağlık turistleri seyahat etmektedir. Elbette bu durumun tersi olan az gelişmiş veya gelişmekte olan ülkelerin üst gelir grubunda yer alan kişilerde bu seyahati önceden olduğu gibi gelişmiş ülkelere doğru yapmaktadır.

4.3. Sağlık Turisti ve Sigorta

Sigorta yapılarının birçok konuda koruma içermekle birlikte her duruma uygun plana sahip olduğu şimdilik söylenemez (Tapan ve ark. 2015: 79). Sağlık hizmetlerinde sigorta hem sigorta ettiren tarafından hem de sigorta şirketleri açısından belirli riskleri barındırmaktadır (Süzel 2018: 944). Sağlık hizmetlerini sigortalayan özel kuruluşlar bu duruma karşı kendilerini korumaya çalışmaktayken sağlık hizmeti sağlayıcı hastane ve diğer sağlık kuruluşları da tedavinin ilerleyişini hasta ve sigorta koşullarını birlikte değerlendirerek şekillendirmek durumundadır (Brown 2008: 2037). Ülkelere göre değişmekle birlikte sigorta karmaşası her daim karşılaşılabilecek bir durumdur. Kendi ülkesinde sağlık hizmetine erişimde dahi belirli sigorta problemi yaşayan insanların sağlık turizmi açısından başka bir ülkede daha büyük prosedürlere maruz kalması muhtemeldir.

Sigorta şirketleri başka bir ülkedeki her koşula ödeme yapmaktan kaçınmaktadır. Bazı durumlarda ülke dışındaki sağlık harcamalarının tamamı karşılanmakla birlikte bu sık karşılaşılan bir durum değildir. Bu durum sigortanın yapısına göre değişebilmektedir. Yurt dışı tatiller için olan sigortalar, kişilerin başka bir ülkeye herhangi bir nedenle seyahati için satın aldığı sigortaları kapsarken bunlar sağlık durumlarında genellikle sadece acil tıbbi müdahaleler ile ön görünmeyen durumları kapsamaktadır. Bu tür sigortalar diş tedavileri, estetik veya cerrahi müdahaleleri kapsamayacaktır (Reisman 2010: 33). Bu sigortalar ancak tatil esnasında acil tıbbi müdahale, bagaj kaybı gibi durumları kapsar. Daha

önceden ön görülmeyen tatil esnasında turistin kaza geçirip sakatlanması sonucu tedavinin uzaması durumunda bile sigorta ile anlaşmazlıklara yol açabilmektedir.

Kısa süreli seyahat için yapılan sigortaların yanı sıra küreselleşen ve sınırların pek öneminin kalmadığı günümüzde başka bir ülkede yerleşik olarak yaşayan yabancıların sigortalanma durumları da turistin sigorta sorunlarından biridir (Bustamante ve ark. 2008: 169). Yaşamının kalan kısmını başka bir ülkede geçirmek isteyen turistlerden özellikle ekonomik endişelerle daha ucuz ülkeleri tercih eden emekliler ulus ötesi sigorta poliçelerini tercih ederek çözüm arasa da ciddi operasyonları ve rehabilitasyon maliyetlerini sigortaların çoğu kabul etmeyecektir (Reisman 2010: 36).

Sağlık hizmeti almak için başka bir ülkeye giden sağlık turisti veya turistik amaçlı başka ülkeye ziyaret gerçekleştirdiği esnada sağlık hizmetine ihtiyaç duyan turist her ne olursa olsun ödeme yapma ve yaptığı bu ödemeleri kendi sigortasından geri alma endişesi taşımaktadır (House of Lords, 2009: 13). Hele ki bu ödemelerin genellikle hizmeti talep eden tarafından sağlık hizmeti sağlayana peşin ödenmesi gerektiği düşünüldüğünde sigortadan geri ödeme alınamama ihtimali ciddi sorunlar oluşturmaktadır (Reisman 2010: 40).

4.4. Sağlık Turistin Zorunlu Bireysel Harcamaları

Sigortaların sağlık giderlerini birçok ülkede söylemek mümkündür. Öyle ki bazı ülkeler vatandaşlarına bu imkanı herhangi bir karşılık beklemezsizin sağlarken bir çok ülke sigorta için bedel talep ediyor (Herrick 2007: 10). Ülkenin politikası ne olursa olsun gelişmiş ülkeler başta olmak üzere sigortası olmadığı için sağlık harcamalarını cepten yapan ciddi bir kesim var (Adams ve ark. 2007: 2). Amerikan vatandaşlarının yaklaşık elli milyonunun bir sağlık sigortasının olmadığı yüz yirmi milyon Amerikan vatandaşının bir dış koruması dahi alamayacak derecede alt düzey sağlık korumasına sahip olduğu düşünülürse uluslararası sigorta güvencelerini elde etmek için alınması gereken uzun yollara ihtiyaç var (Wolff 2007: 1).

Asgari ücretin dört kişilik bir ailenin sağlık harcamasını dahi karşılayamayacağı kadar sağlık hizmetinin pahalı olduğu ülkelere, daha az maliyetli tedavi imkanı olan ülkelere sağlık hizmeti almak üzere gitmeyi göze alan sağlık turistleri bu tercihinin bedelini genellikle bireysel olarak karşılamak durumundadır (Milstein ve Smith 2007: 137). Zaten başka bir ülkede alınacak sağlık hizmetinin belirli bir oranını karşılama taahhüdü veren sigortaların da prosedürleri neticesinde toplam bireysel harcamanın önüne geçmek kolay değildir (Himmelstein ve ark 2005: 65).

Gelişmiş ülkelerin iş gücünü kaybetmiş yaşlılarına sağladığı sağlık yardımları her geçen gün azalmakta ve bu yaşlıların kendi ülkelerinde tedavi ve bakım

maliyetlerine katlanamaması da başka ülkede sağlık bakım hizmetini kendi bireysel bütçelerinden karşılaması zorunda kalması demektir (Edelheit 2008: 22). Harvard Law and Harvard Medical Schools tarafından yapılan çalışma sağlık hizmetinde kendi ülkelerinde yüksek maliyetlerden dolayı alamayan kanser hastaları ve yaşlıların yüzde yetmiş beşinin iflas ettiğini göstermektedir (Himmelstein ve ark 2005: 68). Bu durum da daha ucuz ülkelere her türlü maliyeti cepten karşılayarak tedavi ve yaşlı bakım hizmet almaya gitme konusunu gündeme getirmektedir.

4.5. Sağlık Turistinin Hasta Bakım ve Rehabilitasyon Harcamaları

Sağlık turistinin önemli maliyetlerinden biri de bakım ve rehabilitasyon maliyetleridir. Öyle ki bazı durumlarda sağlık bakım maliyetlerinin yüksek olduğu ülkelerdeki yaşlı ve bakıma ihtiyacı olan hastalarını sigortalar Türkiye, Tayland, Finlandiya gibi ülkelere yollayarak uzun süreli poliçelerini karşılamayı bile taahhüt ederler (Reisman 2010: 48). Bu durumun özellikle turizm sezonunun haricinde kış aylarında sıcak ülkelere olması maliyetlerin azalmasına neden olmaktadır. Bu durumu belirli sigortalar cazip hale getirmek için yaşlılarını Hindistan gibi ülkelerdeki yaşamın tanıtımlarını dahi yaparlar ve emeklilik köylerinin peşinatlarını dahi ödemeyi taahhüt ederler (Rai 2008: 66).

Amerika bakımevi maliyetleri yaklaşık yıllık 60 bin dolar civarındayken bunu yakındaki birçok ülkede yaklaşık yılda 10 bin dolara satın almak mümkündür. Hem de ilave olarak çamaşır, temizlik, güvenlik, yemek gibi ek hizmetler de içinde almak mümkündür (Herrick 2007: 4). Bu gibi durumlar özellikle gelişmiş ülkelere yakın uçur mesafesindeki görece daha ekonomik ülkelere doğru bakım ve rehabilitasyon hizmeti almak ve hayatının kalanını geçirmek üzere seyahat etmesine neden olmaktadır (Reisman 2010: 49).

5. SONUÇ

Sağlık turizmi, insanların sağlık hizmeti almak için ülkeler arasında seyahat etmelerini ifade eder. Sağlık turistleri, sağlık hizmeti alırken yüksek kalite beklentisi içerisinde oldukları ve bu nedenle bilgi toplama süreci oldukça önemlidir. Sağlık hizmeti alımı öncesinde bilgi toplamak, sağlık turistinin doğru kararlar vermesine ve ihtiyaçlarını en iyi şekilde karşılamasına yardımcı olur. Sağlık turistleri, sağlık hizmeti alacakları ülke, sağlık kuruluşu ve sağlık profesyonelleri hakkında detaylı bilgi edinmek isterler. Bu bilgileri toplamak için çeşitli kaynakları kullanabilirler. İnternet, sağlık kuruluşlarının web siteleri, hasta yorumları ve deneyim paylaşımları gibi kaynaklar sağlık turistlerine bilgi sağlar. Ayrıca, sağlık turistleri diğer insanların deneyimlerini ve önerilerini dinlemek için sosyal medya ve sağlık turizmi forumlarını da kullanabilirler. Sağlık

turistlerinin bilgi toplama sürecinde aracı kuruluşlar ve temsilcilikler önemli bir rol oynar. Aracı kuruluşlar, sağlık turistlerine sağlık hizmeti sağlayıcıları ile iletişim kurma, tedavi planlaması yapma, seyahat düzenlemeleri yapma gibi konularda destek sağlarlar. Temsilcilikler ise sağlık turistlerine bulundukları ülkede hizmet veren sağlık kuruluşları hakkında bilgi verir, iletişim sağlar ve gerektiğinde yardımcı olur. Sağlık turizmi, uluslararası bağlantıları da içerir. Sağlık turistleri farklı ülkelerden sağlık hizmeti almak için seyahat ederken, ülkeler arasında sağlık hizmeti işbirliği ve işlemleri gerçekleştiren anlaşmalar ve protokoller önemlidir. Bu anlaşmalar sağlık turistlerinin haklarını ve güvencelerini korumayı amaçlar. Sağlık turistleri için önemli bir konu da sağlık kuruluşlarının akreditasyonudur. Sağlık kuruluşlarının uluslararası akreditasyon standartlarına uygun olması, kaliteli sağlık hizmeti alımını sağlamak açısından önemlidir. Sağlık turistleri akredite edilmiş sağlık kuruluşlarını tercih ederek kaliteli ve güvenilir hizmet almayı hedeflerler.

Sağlık turistleri için kalite beklentisi, bilgi toplama süreci, aracı kuruluşlar ve temsilciliklerin rolü, uluslararası bağlantılar ve sağlık kuruluşlarının akreditasyonu, sağlık hizmeti alımı öncesinde dikkate alınması gereken önemli konulardır. Sağlık turistleri, bu konulara odaklanarak sağlık ihtiyaçlarını en iyi şekilde karşılayacak, güvenilir ve kaliteli sağlık hizmeti alabilecekleri bir deneyim yaşama fırsatı bulurlar. Diğer taraftan sağlık turistinin hizmet alımında fiyat faktörü de önemli bir unsurdur. Bu unsur, sağlık hizmeti alacakları ülkenin maliyet avantajı, sağlık sigortaları, zorunlu harcamalar ve rehabilitasyon maliyetleri gibi unsurlar üzerinde belirlenir. Sağlık turistleri, bütçelerini ve hedef fiyatlarını göz önünde bulundurarak, en uygun fiyatlı ve kaliteli sağlık hizmetini alabilecekleri bir seçim yapmayı hedeflerler.

Sağlık turistinin hizmet alımında fiyat faktörü ise, sağlık turizminin temel belirleyicilerinden biridir. Sağlık turistleri, sağlık hizmeti almak için seyahat etmeye yatkındır çünkü bazı ülkelerdeki sağlık hizmetlerinin maliyeti, kendi ülkelerine göre daha düşüktür. Bu nedenle, sağlık turistleri maliyet avantajından yararlanarak daha ekonomik bir şekilde sağlık hizmeti almayı hedeflerler. Sağlık turistlerinin hedef fiyatları, ülkeler arasında önemli farklılıklar gösterebilir. Bir ülkede sağlık hizmetlerinin maliyeti daha yüksekken, başka bir ülkede aynı kalitedeki hizmetler daha uygun fiyatlarla sunulabilir. Bu durum, sağlık turistlerinin sağlık hizmeti almak için tercih ettikleri ülkeyi belirlemede etkili olabilir. Sağlık turistlerine yönelik sağlık sigortaları da fiyat faktörünü etkileyen bir diğer önemli unsurdur. Sağlık turistleri, seyahat ettikleri ülkede sağlık hizmeti alırken, olası sağlık sorunlarına karşı sigortalanmak isterler. Bu sağlık sigortaları, sağlık turistlerine maliyetleri kontrol altına alma ve beklenmedik harcamaları karşılama konusunda güvence sağlar. Bununla birlikte, sağlık turistlerinin

bireysel olarak karşılamak zorunda olduğu zorunlu harcamalar da fiyat faktörünü etkiler. Seyahat masrafları, konaklama, uçuş, yeme-içme gibi kalemler, toplam maliyeti etkileyen önemli unsurlardır. Sağlık turistleri, bu zorunlu harcamaları dikkate alarak bütçelerini ve hedef fiyatlarını belirlerler. Son olarak, sağlık turistlerinin sağlık hizmeti alımı sonrasında hasta bakımı ve rehabilitasyon harcamaları da fiyat faktörünü etkileyebilir. Bazı sağlık turistleri, tedavi sonrasında rehabilitasyon süreci için ek harcamalar yapmak zorunda kalabilirler. Bu, toplam maliyeti artırabilir ve sağlık turisti için önemli bir fiyat faktörü olabilir.

Sağlık turistinin hizmet alımında fiyat faktörü, sağlık hizmeti alacağı ülkenin maliyet avantajı, sağlık sigortaları, zorunlu bireysel harcamalar ve rehabilitasyon maliyetleri gibi unsurlar üzerinde belirlenir. Sağlık turistleri, bütçeleri ve hedef fiyatları doğrultusunda sağlık hizmeti almayı planlarlar. Bu nedenle, sağlık turistleri sağlık hizmeti alacakları ülkeleri dikkatlice araştırır ve fiyat avantajlarından faydalanabilecekleri bir seçim yaparlar. Sağlık turizmi, bazı ülkelerdeki sağlık hizmetlerinin maliyetinin daha düşük olmasına rağmen, kalite ve standardın yüksek olabileceği bir seçenek sunar. Özellikle gelişmekte olan ülkelerde, sağlık turistleri daha uygun fiyatlarla kaliteli sağlık hizmeti alma fırsatına sahiptirler. Bu durum, sağlık turistlerinin tercih ettikleri ülkeleri belirlerken fiyat faktörünü önemli ölçüde etkiler.

KAYNAKÇA

1. Arı, H. (2017). Pazarlama Perspektifinden Medikal Turizm ve Türkiye'nin Medikal Turizmdeki Yeri. *Sağlık Yönetimi Dergisi*, 1(1), 1-10.
2. Avcı, P. (2017). Sağlık Kurumlarının, Sağlık Çalışanlarının ve Yöneticilerinin Sorumlulukları. (Ed.) O. Temiz & F. Korkmaz, *Sağlık Hukuku* (S.129-147), Erzurum: Atatürk Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi Yayını.
3. Bina, M. (2007). Unaffordability Ebola, *Medical Tourism*, 1, 48-49.
4. Bostan, S., Yalçın, B. (2016). Sağlık Turistlerinin Medikal Destinasyon Seçimini Etkileyen Faktörlere. *Journal Of International Social Research*, 9(43).
5. Brown, B. and Khoury, C. (2009). In OECD Countries, Universal Healthcare Gets High Marks. <https://www.gallup.com/home.aspx>
6. Brown, H.S. (2008). Do Mexican Immigrants Substitute Health Care in Mexico for Health Insurance in the United States? The Role of distance. *Social Science and Medicine*, 67, 2036-2042.
7. Bustamante, A.V., Ojeda, G., and Castaneda, X. (2008). Willingness to Pay for Cross Border Health Insurance Between the United States and Mexico. *Health Affairs*, 27, 169-178.
8. Can, B. (2019). Türkiye ve Dünyada Sağlık Turizmi ve Hastaların Türkiye'yi Tercih Etme Nedenleri: Özel Bir Hastane Örneği. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Medipol Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
9. Cham, T. H., Lim, Y. M., and Aik, N. C. (2015). A Study of Brand Image, Perceived Service Quality, Patient Satisfaction and Behavioral Intention among the Medical Tourists. *Global Journal of Business and Social Science Review*. 2 (1), 14-26.
10. Clínica Las Condes (2022). Acreditaciones Convenios. Retrieved from <https://clinicalascondes.cl/QUIENES-SOMOS/Acreditaciones-y-Convenios>
11. Columbia University Irving Medical Center (2022). Where We Work. Retrieved from <https://www.pgh.cuimc.columbia.edu/where-we-work>
12. Crozier, G. K. D., and Baylis, F. (2010). The Ethical Physician Encounters International Medical Travel. *Global Medical Ethics*, 36, 297-301.
13. Çapar, H. (2018). Medikal Turizmde Destinasyon Seçimini Etkileyen faktörler: Yabancı Medikal Turistlerin Türkiye Algısını Ölçmeye Yönelik Bir Çalışma. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
14. Çimen H. (2018). Türk Dünyasında Sağlık Turizmi. *Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi*. 40. 101-110.

- 15.Deloitte Center for Health Solutions (2008). Medical Tourism: Consumers in Search of Value.<https://www.globalwellnesssummit.com/wp-content/uploads/Industry-Research/Global/deloitte-medical-tourism-consumers.pdf>
- 16.DiMaggio P., & Louch H. (1998). Socially embedded consumer transactions: for what kinds of purchases do people most often use networks? *American Sociological Review*, 63(5), 619–37.
- 17.Durmuş, K. (2017). Hastaların ve Sağlık çalışanının Hak ve Yükümlülükleri Erzurum: Atatürk Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi Yayınları.
- 18.Edelheit J. (2008). American Healthcare and the Economic Crisis. *Medical Tourism Magazine*. 7(1), 21-22.
- 19.Ehrbeck T., Guevara C., & Mango P.D. (2008). Mapping the Market for Medical Travel. Retrieved from <https://www.lindsayresnick.com/wp-content/uploads/2010/05/MedicalTravel.pdf>
- 20.Ehrbeck, T., Guevara, C. & Mango, P. D. (2008). Mapping the market for medical travel. *The McKinsey Quarterly*, 11. <https://pdfs.semanticscholar.org/20ae/f622de3615d127ab341135242bc02e174c0c0.pdf>.
- 21.Eriş, H. (2019). Şanlıurfa Sağlık Turizmi SWOT Analizi. *Electronic Journal Of Social Sciences*, 18(71).
- 22.Gallup Organization (2007). Cross-border Health Services in the EU: Analytical Report. Budapest: Gallup Organization for the European Commission.
- 23.Görener, A. (2016). Türkiye’de Medikal Turizm Sektörünün Değerlendirilmesinde Bütünleşik SWOT-AHS Yaklaşımı. *Alphanumeric Journal*, 4(2), 159-170.
- 24.Herrick, D.M. (2007). Medical Tourism: Global Competition in Health Care. National Center for Policy Analysis, NCPA Policy. No.304.
- 25.Heung, V. C., Küçükusta, D. & Song, H. (2010). A conceptual model of medical tourism: Implications for future research. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 27(3), 236-251.
- 26.Himmelstein, D. U., Warren, E., Thorne, D., & Woolhandler, S. (2005). Illness And Injury As Contributors To Bankruptcy. *Health Affairs*, 24(1), 63-73.
- 27.House of Lords (2009). Healthcare Across EU Borders: A Safe Framework. European Union Committee. London Stationery Office.
- 28.International Medical Travel Journal (2008). The World’s Leading Journal for the Medical Travel Industry Providing Regular News, Articles and

- Updates on Medical Tourism and Health Tourism. Retrieved from <https://www.imtj.com/>
- 29.ISQua - The International Society for Quality in Health Care (2022). About Us. Retrieved from <https://isqua.org>
- 30.İçöz, O. (2009). Sağlık Turizmi Kapsamında Medikal Turizm ve Türkiye'nin Olanakları. *Journal of Yasar University*, 4(14).
- 31.Joint Commission International (2022). World Hospital Search. Retrieved from <https://www.jointcommissioninternational.org/about-jci/world-hospital-search>
- 32.Kiremit, A. Ş. (2008). Turizmin Gelişiminde Bir Alternatif Olarak Medikal Turizm: Bir Sağlık Kuruluşunda Araştırma. Yüksek Lisans Tezi, Ankara: Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- 33.Lautier, M. (2008). Export of health services from developing countries: The case of Tunisia. *Social Science & Medicine*, 67(1), 101-110.
- 34.Medical Tourism (2021). International Medical Treatment Prices. Retrieved from <https://www.medicaltourism.com/compare-prices>
- 35.Medical Tourism Association (2009). MTA Releases First Patient Surveys on Medical Tourism. *Medical Tourism Magazine*. No. 10, 34-56.
- 36.Memorial Sloan Kettering Cancer Center (2022). International Patients. Retrieved from <https://www.mskcc.org/tr/experience/become-patient/international-patients>
- 37.Milstein A., & Smith M. (2007). Will The Surgical World Become Flat? *Health Affairs*. 26(1), 137-141.
- 38.Oberholzer-Gee F., KhanNa T., & Knoop C.I. (2007). Apollo-hospitals—first-world health care at emerging-market prices. *Harvard Business School Case*, 9-706.
- 39.Önal A., Gülcemal E., & Gülcemal M.M. (2018). Sağlık Sektörünün Akreditasyon Sürecinde Joint Commission International Sertifikasyonunun İncelenmesi. *International Symposium on Strategic and Social Research (İSASOR)*.
- 40.Öncü, M. A., Çatı, K., & Yalman, F. (2016). Medikal turizm kapsamında gelen yabancı hastalar ile yerli hastaların memnuniyet ve sadakatlerinin karşılaştırılması. *Bartın Üniversitesi IIBF Dergisi*, 7(14), 45-71.
- 41.Özer, Ö., & Songur, C. (2012). Türkiye'nin Dünya Sağlık Turizmindeki Yeri ve Ekonomik Boyutu. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4(7), 69-81.
- 42.Özkurt, H. (2007). Sağlık Turizmi Tahvilleri. *Maliye Dergisi*, 152(1), 122-142.

- 43.Özsarı, H. (2015). Sağlık Ekonomisi, İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi (e-kitap).
- 44.Rai S. (2008). Senior moment. *Forbes Asia*, 64–68.
- 45.Reddy, S. G., York, V. K., & Brannon, L. A. (2010). Travel For Treatment: Students Perspective On Medical Tourism. *International Journal of Tourism Research*, 12(5), 510-522.
- 46.Reisman D. (2010). *Health Tourism Social Welfare Through International Trade*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- 47.Sağlık Bakanlığı (n.d.). Sağlık Turizmi Eylem Planı 2018-2023. Retrieved from <https://shgmturizmdb.saglik.gov.tr/Eklenti/10950/0/08pdf.pdf>
- 48.Sonel, E., Gür, Ş., & Eren, T. (2019). Çok Ölçütlü Karar Verme İle Sağlık Turizminde Şehir Seçimi ve Analizi. *Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 27-39.
- 49.Süzel C. (2018). Özel Sağlık Sigortası Sözleşmesinin Niteliği, Tarafları ve Ömür Boyu Yenileme Garantisi. *Marmara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Hukuk Araştırmaları Dergisi*, 24(2), 931-965.
- 50.Şahin, Ö. U., & Şahin, M. (2018). Türkiye'de Sağlık Turizminin Potansiyeli ve Geleceği: SWOT Analizi. *Journal of Awareness*, 3(5), 287-300.
- 51.Tapan B., Alıcı S., Yıldırım N., & Gayef A. (2015). Özel Sağlık Sigorta Şirketlerinin Genel Sağlık Sigortasının Sürdürülebilirliği İçin Tamamlayıcı Sağlık Sigortasının Gerekliliği Konusundaki Görüşlerinin Değerlendirilmesi. *İstanbul Bilim Üniversitesi Florence Nightingale Tıp Dergisi*, 1(2), 77-86.
- 52.Timmons, K. (2008). JCI standards address physician competencies. *Medical Tourism Magazine*, No. 5, 12.
- 53.Tontuş H. Ö. (2017). Dünyada Sağlık Turizmi. *Sağlık Turizm (SATURK) Kurulu*, Ankara.
- 54.Tontuş, H. Ö. (2018). Sağlık Turizmi Tanıtımı ve Sağlık Hizmetlerinin Pazarlanması İlkeleri Üzerine Değerlendirme. *Disiplinlerarası Akademik Turizm Dergisi*, 3(1), 67-88.
- 55.Toprak, L., Elsaied, H. H., & Mahmood, S. A. (2014). Turizmin Yükselen Trendi: Sağlık Turizmi ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi Örneği. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(50).
- 56.Türkiye Sağlık Enstitüleri Başkanlığı (2022). Hakkımızda. Retrieved from <https://www.tuseb.gov.tr/tuska/hakkimizda>
- 57.Tütüncü, Ö., Kiremitçi, İ., & Çalışkan, U. (2011). *Sağlık Turizmi, Güvenlik ve Kalite*. Anatolia: Turizm Araştırmaları

58. Tyndall P. (2018). Treatment Abroad. Treatment Abroad Scheme by the Health Service Executive, Ombudsman, 1-72.
59. Vagelos College of Physicians and Surgeons (2022). Home. Retrieved from <https://www.vagelos.columbia.edu/>
60. Wolff J. (2007). Passport to Cheaper Health Care? Good Housekeeping. Retrieved from <https://www.goodhousekeeping.com/health/a173>

41. Bölüm

Kripto Paraların İşleyiş Sistemi ve Vergilendirilmesi

Ali SAKLAN¹

¹ Dr. İç Denetçi, Necmettin Erbakan Üniversitesi İç Denetim Birim Başkanlığı,
asaklan@erbakan.edu.tr, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2498-808X>

ÖZET

Çalışmada son dönemlerde yaşanan teknolojik gelişmelerin ve dijitalleşmenin etkisiyle ortaya çıkan kripto paraların altyapısı diğer bir ifadeyle işleyiş süreci incelenmeye çalışılmıştır. Kripto paranın sistematığının bilinmesi için hangi teknolojilerden yararlanarak hareket ettiği ve içindeki dinamiklerin neler olduğunun tespiti önem arz etmektedir. Yine çalışma için önemli olan konulardan bir diğeri kripto paraların vergilendirilmesi hususudur. Bilindiği üzere devletlerin egemenlik emarelerinden biri vergilendirme yetkisidir. Bu minvalde vergilendirme işleminin kripto paralar içinde uygulanması gereklidir. Daha yeni bir kavram olduğundan bahisle vergilendirme işlemine yön verebilme adına öncelikle yapılması gerekenin kripto paranın nitelendirmesidir. Bu bağlamda vergilendirme işleminin gerçekleştirilmesi için kripto paranın nasıl nitelendirilmesi hususunun ortaya konması, vergi mevzuatının konu yönüyle gerekli altyapısının olup olmadığının dikkate alınarak konuyla ilgili gerekli değerlendirmeler yapılması gerekmektedir.

Çalışma bu hususlar üzerinde şekillenerek üç bölümden oluşmakta olup, birinci bölümde kripto para kavramı tanımlanmış olup, ikinci bölümde kripto para işleyiş süreci izah edilmeye çalışılmıştır. Son bölüm olan üçüncü bölümde de kripto paraların vergilendirme hususu değerlendirilmeye çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kripto Para, Blockchain Teknolojisi, Vergi, Kripto Varlık.

GİRİŞ

Para ilk buluşundan bu yana ticari hayat için vazgeçilmez bir mübadele aracı olarak kullanılmıştır. Teknoloji karşısında her şeyin değişimi ve gelişimi kaçınılmaz olmasından dolayı para da bu değişimden nasibini almıştır. Özellikle teknolojik gelişim, ticari işlemlerin dijitalleşmesi, internetin hayatın her anında insanların işlerini kolaylaştırması vb. oluşan durum karşısında para artık klasikleşmiş kağıt ve bozuk para formundan çıkarak dijital dünyada kullanılabilir bir hale gelmiştir. Bu formu büründükten sonra para isim olarak kimi zaman dijital para olarak anıldı, kimi zaman da sanal para olarak anılmıştır. Az çok farklılıkları da olsa bu isimler yine paranın ticaret hayatındaki aktif rolünü sürdürmesini değiştirmemiştir. Son dönemlerde şifreleme teknolojilerinin gelişimi sayesinde para bir sonraki aşamaya geçmiş, bu teknolojiyi kullanan ve dolaşıma çıkan paraya genel itibariyle kripto para ismi verilmiştir.

Kripto para ortaya çıkmasında en önemli faktör şifreleme teknolojisinin gelişimidir. Kripto para, altyapısında çoğu zaman blockchain olarak isimlendirilen sistem sayesinde, herhangi bir merkeze bağlı olmaksızın, herhangi bir siyasi ve idari organizasyonun denetimine tabi olmadan hareket kabiliyeti çok geniş bir ağ içerisinde tamamen güvene dayalı bir sistem çerçevesinde hareket etmektedir. Sağlam bir teknolojik altyapıya sahip olmakla beraber özellikle takip edilemeyen blockchain sistemi devletler özelinde kripto paraların kontrol edilebilirliğini ve denetlenebilirliğini azaltmaktadır. Ayrıca bu sistem devletlerin en büyük egemenlik alametlerinden bir olan vergilendirme yetkisinin kullanmasını sekteye uğratmaktadır. Bu açıdan kripto paralar özelinde konunun nasıl nitelendirilmesi, vergilendirmenin hangi noktada sağlanması vb. sorular çalışmalara konu edinmesine sebebiyet vermektedir. Bu sorular ve konular, çalışmamızın da üzerinde düşündüğü konulardandır. Ancak vergilendirme sistematığının oturturulması için öncelikle kripto paranın nasıl işleyiş gösterdiği de bilinmesi gerekmektedir. Ayrıca dünyada ve Türkiye’de kripto para nasıl değerlendiriliyor hususunun da vergilendirme konusunda çalışmanın şekillenmesinde önem arz ettiği düşünülmektedir. Bu açıdan çalışma kripto para kavramını, işleyiş sürecini, vergilendirilmesi üzerinde bilgilerin ve değerlendirilmelerin aktarılması üzerine şekillenmiştir.

1. KRİPTO VARLIK İLE KRİPTO PARA KAVRAMI VE ORTAYA ÇIKIŞI

Son dönemlerde hayatımızda daha fazla yer bulan ve her geçen gün etkisini daha fazla hissettiren güvene dayalı kripto teknolojisi kripto varlıkların kullanıcılar veya bu varlıklara yabancı olanlar için tanımlanması önem arz ettiği

görülmektedir. Bu noktada Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası (TCMB) vatandaşların konuya ilişkin soru işaretlerini gidermek adına TCMB tarafından çıkartılan “Ödemelerde Kripto Varlıkların Kullanılmamasına Dair Yönetmelik” te “Ödemelerde Kripto Varlıkların Kullanılmaması” başlıklı 3. Maddesinin birinci fıkrasında kripto varlıkların ne anlama geldiğini açıklamaya çalışmıştır. Yapılan tanımlamaya göre; kripto varlıkların maddi olmayan varlıklar olduğu, sanal olarak oluşturularak dijital ağlar vasıtasıyla dağıtımı gerçekleştirildiği belirtilmiştir. Yine tanımda kripto varlıkların işleyişinde dağıtık defter teknolojisinin veya buna benzer bir teknolojinin kullanıldığı belirtilerek, para tanımında yer verilen elektronik, itibari, kaydı para olmadığı ve ödeme aracı olarak tasnif edilemeyeceği menkul kıymet ve diğer sermaye piyasası olarak ifade edilemeyeceği belirtilmiştir.

Kripto varlıklar hakkında açıklamalardan sonra kripto paranın ne demek olduğu kısaca şu şekilde ifade edilebilir. Kripto para kavramının kökeni kripto, kriptografi kavramlarından gelmektedir. Bu kavramlardan kriptografi; bir veride yer verilen bilgilerin arzu edilmeyen taraflarca ulaşılmasını engelleyen şifreleme yöntemi iken, kripto ise bilgi güvenliği sağlamak adına çalışan matematiksel eksenli yöntemlerin tümüne verilen isimdir. (Türkiye Bilişim Vakfı, 2019:20).

Alt yapısını kripto, kriptografi kavramlarından alan kripto para ise iki İngilizce ifadenin (*şifre ve para anlamına gelen sırasıyla crypto ile currency kelimeleri*) bir araya gelmesi ile oluşan cryptocurrency terimi ile kullanılmakta olup, şifreli para anlamındadır. (Acet ve Diken, 2019:265).

Kripto para evrenini çeşitli para birimleri oluşturmaktadır. Bu para birimleri şifreleme yöntemi olarak kriptografi bazlı blockchain teknolojisi ile oluşturulan, herhangi bir siyasi veya idari gücün denetimi altında olmayan, merkezi bir yapısı bulunmayan, taraflar arasında güvenli,kolay, az maliyetli ve hızlı para transferini sağlayan, fiziksel yönden bir varlığı olmayan, elektronik ortamda üretilen sanal para birimlerine verilen addır (Şahin, 2018:899-900).

Kripto para bazı önemli olayların gerçekleşmesi sonucu ortaya çıkmıştır. Bu önemli olayların gelişimi hakkında şu hususlara yer verilebilir.

1983'te şifreleme uzmanı David Chaum tarafından “Blinded Money” adlı şifreli elektronik para oluşturuldu. Ardından 1995 yılında kriptografik şifreleme tabanlı DigiCash adı verilen sistem geliştirilmiştir. Bu sistem elektronik ödeme sisteme olarak karşımıza çıkmakta, hesaptan para çekilmesinde alıcıya iletilmeksizin şifrelenmiş kelimeler üretmek için oluşturulmuştur (Deniz, 2020:15).

1998 yılında gelindiğinde Wei Dai tarafından şifreli para olarak tanımlanan kripto para, bir siyasi veya idari bir güçten bağımsız olarak yapılacak işlemlerin

şifreleme bilimini kullanarak gerçekleştirilebileceğini savunmuştur (Dere, 2019:22).

Önce ABD’de başlayıp daha sonra Avrupa ülkelerine yayılan küresel ekonomik krizin başlangıç yılı 2008 yılına gelindiğinde, Satoshi Nakamoto tarafından “Bitcoin: Eşten-Eşe Elektronik Nakit Ödeme Sistemi” adlı makale ile Bitcoin geliştirilmiştir. (Nakamoto, 2008). Her ne kadar kripto paraya ilişkin gelişmeler 2008 yılında başlamasa da popüler hale gelmesi açısından bitcoin büyük önem arz etmektedir. Bitcoin’in ve bunun paralelinde kripto para teknolojisinin gelişiminde yazılan makalenin önemi olduğu kadar, Bitcoin geliştiricisinin kim olduğuna dair gizem ve yaşanan çeşitli olayların (Pizza günü vs.) etkisi olduğu gerçektir. Bu yüzden özellikle basında geniş yer bulan bitcoin ve geliştiricisi hakkında kısa bilgiler verilebilir.

Satoshi Nakamoto’nun kimliğine dair gizem halen korunmaktadır. Çeşitli kişilerin isimleri ve bu isimle aynı isme ait bir kişi bile ortaya çıkmasına rağmen Bitcoin geliştiricisi tam olarak bilinmemektedir. Ancak, bazılarına göre Satoshi Nakamoto aslında dört Asya teknoloji devinin kurduğu bir gruptur ve isimleri de Samsung, Toshiba, Nakamichi, ve Motorola’dır (Toraman, 2020:51). Yine bitcoin kullanılarak yapılan ilk alışveriş “pizza günü” olarak anılmaktadır. 22 Mayıs 2010 tarihinde Laszlı Hancyez tarafından, Bitcoin kullanılarak yapılan alışverişte iki pizza karşılığında 10.000 Bitcoin ödenmiştir (Turgut, 2020:25).

2.KRIPTO PARA İŞLEYİŞ SÜRECİ

Kripto para işleyiş sistematığının anlaşılmasında kripto paranın üzerine kurulduğu teknolojinin anlaşılması ve bu teknoloji yöntemiyle işlemlerin nasıl gerçekleştirilmesi gerektiği anlaşılmalıdır. Diğer bir ifadeyle blockchain olarak bilinen sistemin çalışma mekanizması üzerinde durulmalı, hangi unsurlardan oluştuğu tespit edilmelidir. Yine işleyiş sistematığının keşfinde burada rol alan diğer aktörlerinde tanınması gerekmektedir. Bu bağlamda bu başlık altında öncelikle blockchain sistemi kısaca izah edildikten sonra, diğer aktörler olarak ifade edilen madenciler, kripto para cüzdanları ve kripto para borsaları izah edilmeye çalışılmıştır.

2.1.Blok Zinciri (Blockchain) Sistemi

Blok zinciri; Verilerin yer aldığı şifrelenmiş veri kümesi olarak ifade edilen “blok” ile bu blokların şifrelenmiş imzalar ile bir araya gelmesiyle oluşan “zincir” ifadelerinin birleştirilmesiyle ortaya çıkan bir kavramdır (Türkiye Bilişim Vakfı, 2019:13).

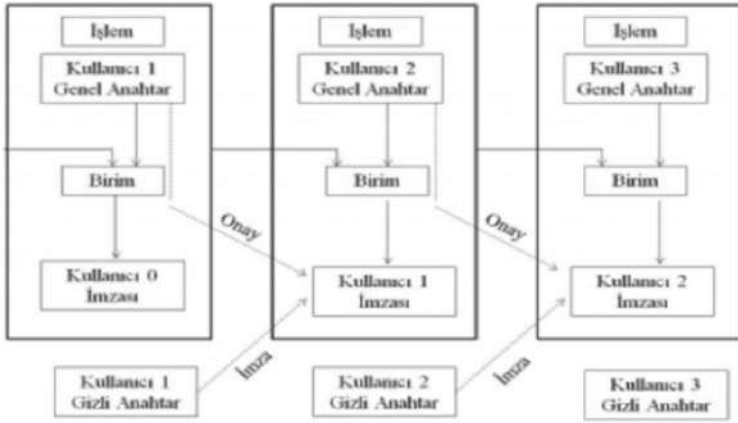
Merkezi olmayan bir ağ yapısı üzerinde kurulmuş blok zinciri teknolojisi, başta finans olmak üzere kripto paralar, elektronik ortamda oluşturulmuş akıllı

sözleşmeler vb. gibi birçok farklı işlemleri banka ve benzeri aracı kurumlar olmaksızın gerçekleştirmektedir (Şahin, 2019:173).

Blok zinciri sisteminin kendi içinde dört bileşeni bulunmaktadır. Bunlar sırasıyla işlem ve blok kavramı, eşten eşe (Peer to Peer-P2P) ağ, dağıtık defter teknolojisi ve mutakabat mekanizmasıdır. Bu konular hakkında şu hususlar dile getirilebilir.

İşlemi kripto para açısından değerlendirdiğimizde; işlem, kripto para alma, bir başkasına blok zinciri üzerinde kripto para gönderme durumuna verilen isimdir. Blok zinciri üzerinden kripto para alma ve kripto para gönderme işlemi için blok zinciri cüzdanı da denilen kripto para cüzdanına sahip olunması gerekmektedir. Bu cüzdan; iki adres bilgisine sahip olmaktadır. Bu adresler sırasıyla açık adres ve gizli adres olarak ifade edilmektedir. Bu adres tanımı yerine cüzdan kimliği ve özel anahtar ifadeleri de kullanılmaktadır. Cüzdan kimliği açık adrese karşılık gelmekte, gizli adres ise özel anahtara karşılık gelmektedir. Kripto para gönderiminde, kripto para gönderenin açık adresi yazılarak para transfer işlemi gerçekleştirilecektir. Özel anahtar bilgileri kimseyle paylaşılmaması gerekmektedir. Bundan sonraki süreçte yapılan kripto para transfer işlemleri bloğa yazılmadan önce yapılan kripto para transfer işlemi blok zinciri sistemindeki madenciler tarafından onaylanmaktadır. Madenciler tarafından gerçekleştirilen doğrulama sürecinden sonra işlem bloğa yazılır.

Blok kavramına bakıldığında; blok, belirli bir süre zarfında yapılmış olan işlemlere ilişkin işlem ve onay kayıtlarının tutulduğu şifrelenmiş veri kümesine verilen isimdir (Türkiye Bilişim Vakfı, 2019:13). Blok zinciri içinde tamamlanan birbiri ardına bir zincir halkası gibi eklenir ve blok zincirini oluşturur. Bir blok temel olarak iki yapıdan oluşmaktadır. Bunlar blok içerisindeki veriler ve bloğun başlığıdır. Blok içindeki veriler yapılan işlemler karşılığı oluşan herhangi bir içerik olurken, blok başlığı yapılan işlemin özet bilgilerini içermektedir (Erözel Durbilmez ve Yılmaz Türkmen, 2019:32) Bir blok yapısına ilişkin görsel aşağıdaki Şekil 1'deki gibidir.

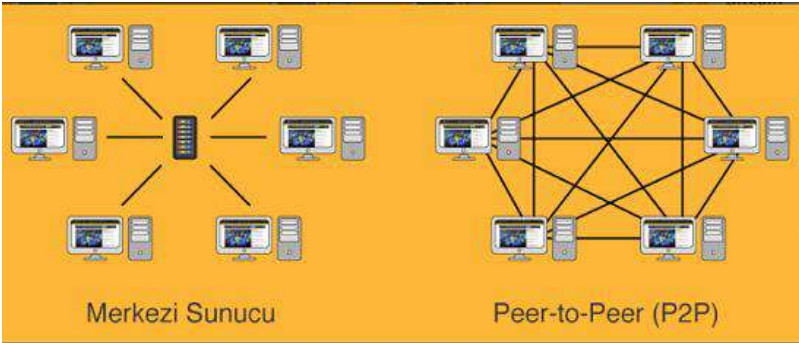


Şekil 1: Blok Yapısının Sistematiği

Kaynak: Nakamoto, 2008; Aktaran: Doğan vd., 2018: 25.

Yukarıdaki Şekil 1’de de görüleceği üzere; bir blok içeriğinde işleme ait bilgiler bir önceki bloğa ait özet bilgiler yer almaktadır. Bu sayede bloklar birbirlerine bağlanmakta, bir önceki bloğa ait bilgiler bir sonraki blokta muhafaza edilmektedir.

Blok zincirinin bir diğer bileşeni **eşten eşe ağ sistemidir**. Eşten eşe ağ, merkezi bir sunucuya ihtiyaç olmaksızın blok zinciri ağı üzerindeki düğümler arasında doğrudan gerçekleşen veri paylaşımı kapsamında ortaya çıkan dağıtık ağ yapısına verilen isimdir (Türkiye Bilişim Vakfı, 2019:16). Merkezi sunucu ile eşten eşe ağı temsil eden görsel aşağıdaki Şekil 2’deki gibidir.



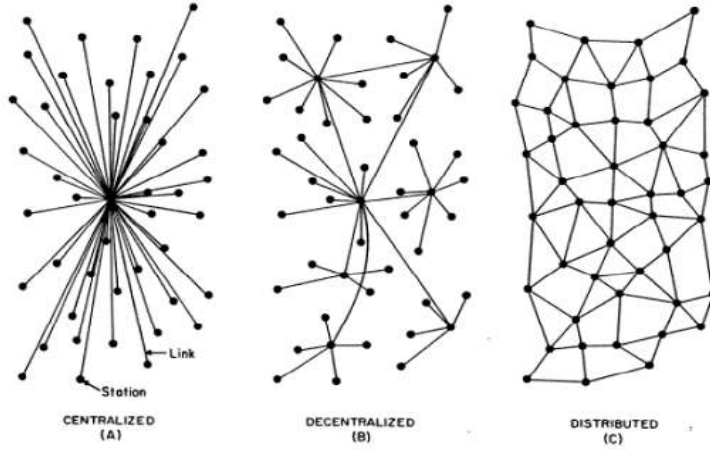
Şekil 2: Merkezi Sunucu ve Eşten Eşe Ağ Görseli

Kaynakça: <https://tr.cointelegraph.com/news/what-is-peer-to-peer-p2p-and-how-does-bitcoin-p2p-network-protocol-work>, Erişim Tarihi: 01.07.2021.

Eşten eşe ağlarda kullanıcı ihtiyaç duyduğu veriye sahip olan bilgisayar ile doğrudan iletişim kurar (<https://tr.cointelegraph.com/>, Erişim Tarihi:

01.07.2021). İlgili bilgisayarla iletişim kurulamazsa diğer bir ifadeyle bu eş hata verirse, sadece o eşteki makinenin kullanıcısının bağlantısı kopar ve sistem işlemeye devam eder. Bu açıdan sistem tek bir yere bağlı olmaması noktasında merkezi sunuculara göre büyük bir avantaj sağlamaktadır (Toraman, 2020:45).

Dağıtık defter teknolojisi hakkında da şu hususlara yer verilebilir. Dağıtık defter teknolojisi, merkezi bir yapıya bağımlı olmaksızın işlemlerin yürütülmesi, onaylanması veya yetkilendirilmesi gibi faaliyetlerin sistem üzerindeki tüm katılımcıların bağımsız bir ağda onaylanması ile düğümlerde tutulduğu teknolojiyi ifade etmektedir (Türkiye Bilişim Vakfı, 2019:15). Aşağıdaki şekil 3’de dağıtık defter teknolojisi, merkezi ve merkezi olmayan yapılara ait görsel görülmektedir.



Şekil 3:Dağıtık Defter Teknolojisi ve Merkezi ve Merkezi Olmayan Yapılar

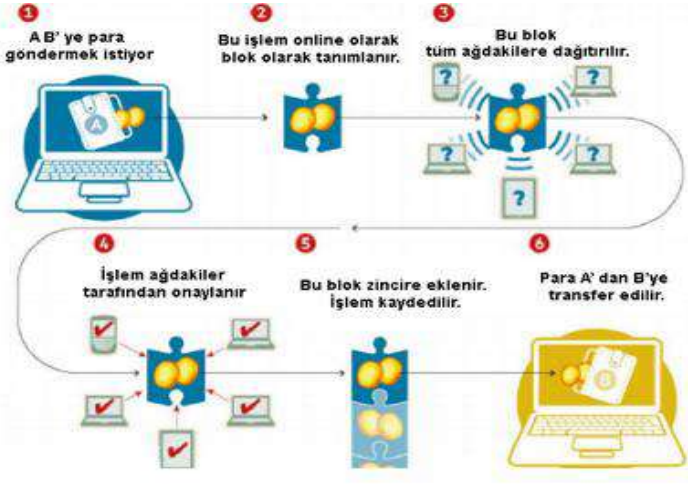
Kaynakça: Baran, 1962:4

Yukarıda Şekil 3’deki görselde de görüleceği üzere; merkezi yapılarda (A) verilere sabit bir noktada saklanır. Merkeziyetsiz yapı olarak (B)’de görülen merkeziyetsiz veri tabanında içerikler belirli süzgeçten geçirilerek ilgili sunucuya aktarılır. Dağıtık veri yapısında ise veriler parçalanır ve her parça farklı bir sunucuda saklanır. Bu sayede hem yüksek miktarda veri işlenir hem de sistem üzerindeki katılımcıların veriye daha süratli ulaşması sağlanır (<https://tr.cointelegraph.com/>, Erişim Tarihi: 01.07.2021).

Son olarak blok zinciri için önem arz eden **mutakabat mekanizmasından** da kısaca bahsedelim. Blok zinciri ağındaki verinin eşlenik bir kopyası, ağ yapısı üzerindeki tüm makinelerde barınmaktadır. Bunun sağlanabilmesinde, ağ

genelinde mutabakat yapılmasına ihtiyaç vardır (Usta ve Doğantekin, 2018:121). Mutakabatın sağlanması da bir uzlaşma yoluyla olmaktadır. Bu mutabakatı, uzlaşmayı sağlayan protokoller arasında en çok tercih edilen mutabakat yaklaşımları Proof of Work ve Proof of Stake'dir.

Blok zinciri bileşenlerine ilişkin genel bilgilendirme yapıldıktan sonra blok zinciri süreci nasıl işlemekte olduğunu aşağıda yer verilen Şekil 4'teki gibi izah edilmesi uygun olacaktır.



Şekil 4: Blok Zinciri Çalışma Düzeni

Kaynak: Avunduk ve Aşan, 2018:373

Şekil 4'te görüleceği üzere birinci adımda A kişisi B kişisine para gönderme işlemini yerine getirmektedir. Para gönderme işlemi gerçekleştikten sonra ikinci ve üçüncü aşda yapılan bu işlem blokta yer almaya başlayarak, bütün aşdaki kullanıcılarla paylaşılır. İşlemin doğruluğu madenciler tarafından onaylandıktan sonra beşinci adımda işlemde bloğa kaydedilen işlem blok zincirine eklenerek A kişisi tarafından gönderilen işlem B kişisinin hesabına geçer.

2.2.Madencilik (Mining)

Madencilik, blok zincirinde işlemlerin doğrulanması ve bu doğrulanan işlemlerin bloklara yazılması ile bloklardan oluşan zincirin ağı yayılması ve yeni kripto paraların üretilmesi işlemlerinin madenciler tarafından gerçekleştirilmesi işlemidir (Türkiye Bilişim Vakfı,2019:21).

Madencilik bir çeşit şifre çözme faaliyeti olarak karşımıza çıkmaktadır. Madenciler son yayımlanan işlemleri birleştirir, blok haline getirir ve doğrulayıp, sistemin tutarlılığını, tamlığını ve değiştirilemez olmasını sağlarlar

(Eren vd., 2020:1353). Madencilik yüksek işlemci gücüne sahip donanımlar ve belli yazılım programları marifetiyle yapılabilir. Temel amaç blok zincirindeki blokları bulmaya çalışmaktır (Özbaş, 2019:93). Madencilik işlemi ciddi elektrik sarfiyatına sebep olmaktadır. Madencilik işlemleriyle tüketilen elektrik miktarının ülkemizde orta büyüklükte bir ilimizin tükettiği elektriği kadar olduğu tahmin edilmektedir (Durmuş ve Polat,2018:662).

Madenciler doğrulama işlemi gerçekleştirirken bu işleme onay vermektedir. Yani mutabakat sağlanmaktadır. Birçok farklı mutabakat türü olmasına rağmen blok zinciri üzerinde en fazla kullanılan mutakabat türleri proof of work olarak bilinen iş kanıtı ile proof of stake olarak bilinen hisse (pay) kanıtı mutabakat sistemleridir.

İş Kanıtı (Proof of Work); yapılan işlem doğrulamaları gereği, kripto para kullanıcısının cüzdanında bulunan kripto para miktarının, üretime konu edilmiş toplam kripto para miktarına oranına göre kripto para kullanıcısının kripto para elde etme etmesini sağlayan mutabakat sistemidir (Türkiye Bilişim Vakfı, 2019:18)

Hisse (Pay) Kanıtı (Proof of Stake); bir madencinin elinde bulundurduğu kripto para miktarına göre blok işlemleriyle madencilik yapabileceği ve doğrulayabileceği mutabakat sistemidir (<https://coinanalyst.com>, Erişim Tarihi:01.07.2021). Bu mutabakat sisteminde madenciler, yapılan doğrulama işlemlerinden elde edilen ödüller ve sistemdeki diğer kullanıcıların ödemiş olduğu transfer ücretlerinden hisseleri oranında paylaşırlar.

Blok zinciri sistemi üzerinde madencilik işlemleri üç farklı yolla yapılmaktadır. Bunlar sırasıyla ekran kartı ile madencilik, bulut madenciliği ve madencilik havuzları şeklindedir.

Ekran kartı ile madencilik; bilgisayarların ekran kartlarının işlemcilerinin diğer bir ifadeyle grafik işlemci birimi kullanılarak yapılan madencilik türüdür. Özellikle oyuncu bilgisayarlarının ekran kartı performansı yüksek olduğundan daha fazla tercih edilmektedir.

Bulut madenciliği; Madencilik işlemi, yüksek işlem gücüne ihtiyaç duymakta ve sağlam bir donanım gerektirmektedir. Yine bu donanımı çalıştırabilecek kapasitede elektrik gücüne ve altyapısına sahip olunmalı ve cihazları depolayacak uygun alana ihtiyaç duyulmaktadır. Bu açıdan madencilik işiyle uğraşan kişilerin bu işi tek başına yapmaları zor görünmektedir. Bu noktada bulut madenciliği devreye girmektedir. Bulut madenciliğinde gerekli

altyapıyı, bulut madenciliği hizmetini sunan kuruluşlar aracılığıyla gerçekleşmekte, bu şekilde madencilik işlemi gerçekleştiren madenciler, bu hizmeti veren kuruluşlarda işlemci gücü kiralamaktadır (<https://btcturk.com>, Erişim Tarihi: 01.07.2021).

Madencilik havuzları; Madencilik işleminin kendi içinde yüksek maliyetler içermesi karşısında birçok madenci bir araya gelerek havuz sistemi oluşturmakta, problemi parça parça ele alarak toplu bir şekilde çözüme kavuşturmaktadır. (Türkyılmaz, 2018:8).

Madenciler doğrulama ücreti haricinde blok ödülleri adı altında her yeni blokta oluşturulan yeni kripto paradan da gelir elde etmektedir.

2.3.Kripto Para Cüzdanları

Kripto para işleyiş sürecinde bir başka önemli unsur kripto para cüzdanları olarak ifade edilen sanal cüzdanlardır. Kripto para cüzdanları en basit ifadeyle, sanal ortamda paranızın varlığını ispatlamayı mümkün kılan aynı fiziksel anlamda cüzdanın işlevi gibi paranızın bakiyesini kontrol etmenize yarayan digital cüzdanlara verilen isimdir.

Blok zincirinde anlattığımız gibi cüzdan sahipleri açık ve gizli anahtar bilgileri sayesinde blok zinciri üzerinde kripto para alım satım işlemlerini gerçekleştirmektedir.

Kripto para cüzdanları kendi içinde sıcak para cüzdanları ve soğuk para cüzdanları olarak ikiye ayrılmaktadır. Sıcak ve soğuk ayrımı cüzdanın internetle bağlantısı olup olmadığına göre yapılmaktadır. Diğer bir anlatımla sıcak para cüzdanı, internete bağlı olan para cüzdanları için kullanılmaktadır. İnternete bağlı olmayan para cüzdanları ise soğuk para cüzdanı kavramı kullanılmaktadır. Soğuk ve sıcak para cüzdanlarının çeşitleri aşağıdaki Tablo 2'deki gibi örneklendirilebilir.

Tablo 2: Sıcak ve Soğuk Para Cüzdanları Çeşitleri

Sıcak Cüzdanlar		Soğuk Cüzdanlar	
İsmi	Açıklama	İsmi	Açıklama
Web Cüzdanları	Web cüzdanları aracılığıyla, kullanıcı kripto parasına internete bağlanabilen herhangi bir cihazdan erişim sağlayabilir.	Donanım Cüzdanları	Çevrimdışı olduklarından ve Açık ve gizli anahtarları oluşturduklarından yüksek seviyede güvenlik sağlamaktadır.
Masaüstü Cüzdanları	Adından anlaşılacağı üzere, indirilebilen veya bilgisayarınız üzerinden kullanılabilen bir yazılımdır. Web temelli versiyonların aksine bu cüzdan türünde anahtarların ve fonların kontrolü tümüyle kullanıcıdadır.	Kağıt Cüzdanları	QR kodlu ve kağıt üzerinde bir açık adresin basılı olduğu bir kağıt parçasıdır.
Mobil Cüzdanlar	Akıllı telefon uygulamaları olarak tasarlanarak, QR kodu ile kripto para alma ve verme işlemleri gerçekleştirilebilmektedir.	Beyin Cüzdanları	Üretilen özel anahtar sayesinde kullanılmaktadır. Üretilen bu özel anahtarın beyinde tutulması gerekmektedir. İsmi buradan almaktadır. Şifrenin unutulmaması durumunda en güvenilir saklama yöntemidir.

Kaynak: (<https://academy.binance.com/>, Erişim Tarihi: 01.07.2021); (Durmuş ve Polat, 2018:666)

Kaynakçalarda yer verilen bilgiler tarafımızca derlenerek tablo oluşturulmuştur.

2.4.Kripto Para Borsaları

Kripto para işleyiş sürecinde değinilmesi gereken diğer bir konu kripto para işlemlerinin gerçekleştirildiği kripto para borsalarıdır. Kripto para borsası, kripto paraların alım satım işlemleri, takas işlemleri ve itibari para birimlerinden kripto paraya, kripto para birimlerinden itibari para birimlerine dönüştürme işlemlerinin gerçekleştirildiği piyasalara verilen isimdir.

Kripto para borsaları dünyanın birçok ülkesinde faaliyet göstermektedir. Kurulan ilk kripto para borsası olarak Japonya/Tokyo merkezli Mt. Gox ile birlikte, günümüzde en popüler olan Binance, BtcTürk, Kraken, Bitfinex, gibi kripto para borsaları faaliyet göstermektedir (Dere,2019: 34).

Kripto para borsaları, geleneksel borsa sistemi ile çalışmaktadır. Geleneksel borsa sisteminden tek farkı yatırımları kişilerin kendi banka ve kripto para

borsası hesabı ile yapabilmekte, bir aracı kuruma ihtiyaç duyulmamaktadır. Kripto para borsaları hitap ettiği müşteriye göre; Sadece belli bölgeye hizmet veren bölgesel işlem yapan borsalar, dünya genelinde hizmet sağlayan, herhangi bir bağlayıcılık bulunmadan işlem yapılabilen global borsalar olarak ikiye ayrılmaktadır (<https://www.bitlo.com/>, Erişim Tarihi:01.07.2021).

Son olarak kripto para borsası nasıl yatırım yapılacağından, kripto para borsaları nasıl para kazandığından, kripto para borsalarında arbitraj yapılıp yapılmadığından bahsedilmesi uygun olacaktır.

Kripto para borsasında yatırım yapmak için iki önemli husus gereklidir. Güven ve işlem komisyonu. Yatırım yapılacak kripto para borsasını seçerken güvenilir hizmet sağlayan borsaları seçmek önemlidir (Alsancak, 2020: 37). Borsaların en belirgin gelir kalemi olan işlem komisyonları da, yatırım yapılacak kripto para borsası seçilirken dikkate alınması gereken diğer önemli bir husustur.

Kripto para borsaları, bünyesinde gerçekleştirdiği işlemlerde tahsil edilen komisyon ücretlerinden kazanç sağlarlar. Kripto para için sabit fiyat garanti değildir. Piyasadaki alıcı ve satıcının ortak paydada bulunduğu nokta neresiyse fiyatta odur. Dolayısıyla her kripto para borsasında fiyat farklılık arz etmektedir. Her kripto para borsasında aynı kripto paranın farklı fiyatının olması, ucuz kripto para borsasından satın alınıp, pahalı olanda satılarak arbitraj geliri de elde edilmektedir (<https://tr.cointelegraph.com/>, Erişim Tarihi: 01.07.2021).

3.KRİPTO PARAYA BAKIŞ VE VERGİSEL DEĞERLENDİRİLMESİ

Bu başlık altında Dünya üzerindeki çeşitli devletlerin kripto paraya bakışı ve vergisel değerlendirilmesi ile Türkiye özelinde kripto paraya ilişkin gelişmeler ve vergisel değerlendirilmelerden bahsedilmiştir.

3.1.Dünya Üzerindeki Çeşitli Devletlerin Kripto Paraya Bakışı ve Vergisel Değerlendirilmesi

Dünya üzerindeki yer alan devletlerin kripto paraya bakışı incelendiğinde, her devlet farklı bir mekanizmada hareket ettiği görülmektedir. Kimi devletler kripto parayı kanuni bir ödeme aracı olarak kabul ederken kimisi kabul etmemektedir. Yine kimi devletler kripto paraya ilişkin hukuki düzenlemeye yaparken kimisi kripto paraya ilişkin herhangi bir düzenlemeye yer vermemiştir. Ayrıca nitelendirme konusunda da kripto paraya verilen nitelendirme devletten devlete değişmektedir. Son olarak çalışmamız için de önem arz eden bir konu olan vergisel düzenlemeler açısından da devletler arasında ortak bir düzenleme bulunmamaktadır.

Kripto para, Güney Afrika'da değer saklama aracı olarak nitelendirmekte, kanuni bir ödeme aracı olarak kabul etmemekte ve kripto paraya ilişkin herhangi bir yasal düzenleme yapılmamıştır. Arjantine'e bakıldığında dijital para kaynaklı kazançları gelir olarak vergilendirme yoluna gitmektedir. Arjantinde de Güney Afrika'daki gibi kripto para için herhangi bir yasal düzenleme bulunmamakta olup, kanuni bir ödeme aracı olarak kabul etmemektedir. Brezilya'ya bakıldığında kripto parayı “emtia” olarak nitelendirmekte, belli bir kısıtı geçen kazançları %15 oranında vergilendirmektedir (Türkiye Bilişim Vakfı, 2020:23-24).

Japonya, Kanada, Çin, Hindistan gibi ülkeler ise kripto parayı kanuni bir ödeme aracı olarak kabul etmemekte ise de sayılan ülkelerin bazılarında konuyla ilgili olarak yasal düzenleme yapılmıştır. Sayılan ülkelere Kanada kripto parayı “takas ürünü” olarak nitelendirmektedir. Bu ülkelerin hiçbirinde konuya ilişkin olarak vergisel düzenleme bulunmamaktadır (Türkiye Bilişim Vakfı, 2020:23-24).

Amerika Birleşik Devletlerinin otoriteleri kripto parayı “sanal para” “varlık” “fon” olarak nitelendirmiş, eyalet arasında farklılıklar olmasına rağmen kripto paraları varlık vergisine tabi tutmaktadır. Son olarak Almanya'da ise kripto parayı “finansal para olarak nitelendirilmiş, herhangi bir yasal düzenleme yapılmamış ve kanuni ödeme aracı olarak kabul etmemiştir. Vergisel yöntem olarak, geleneksel ödeme yöntemleriyle aynı muameleye tabi tutmaktadır(Türkiye Bilişim Vakfı, 2020:23-24).

3.2. Türkiye’de Kripto Paraya İlişkin Gelişmeler ve Çeşitli Kurumların Kripto Paraya Bakışı

Son dönemde kripto paraya ilişkin gelişmelere bakıldığında; Türkiye’de yer alan bir çok farklı otorite kripto paraya ilişkin görüşlerini beyan etmiştir. Çalışmamızda bu otoritelerden Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurulu, Sermaye Piyasası Kurulu, Finansal İstikrar Komitesi, Mali Suçları Araştırma Kurulu (MASAK), Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası, Türkiye Büyük Millet Meclisi’ne (TBMM) ait kripto paraya ilişkin görüşlere yer verilmiştir.

25.11.2013 tarihli Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurulu tarafından yapılan 2013/32 sayılı basın açıklamasında, bitcoin özelinde açıklamalarda bulunmuştur. Yapılan açıklamada özetle kanuni düzenlemede bitcoinin elektronik para olarak nitelendirilmediği, yapısı ve altyapısı itibarıyla çeşitli suistimallere ve kötü niyetli girişimlere açık olmasından kasıtlı çeşitli riskleri içinde barındırdığını belirtmiştir. Yapılan basın açıklamasında da görüleceği üzere, bitcoin özelinde kripto paralara mesafeli bir duruş sergilediği görülmektedir.

27.09.2018 tarihli Sermaye Piyasası Kurulu tarafından yayınlanan 2018/42 sayılı bültende gelen şikayetler değerlendirilerek bir duyuru yapılmıştır; Yapılan duyuruda özetle, kripto paraların Kurumun denetimine ve düzenlemelerine tabi olmadığı, bahsi geçen digital varlıkların karşılığında neyin verileceğinin dikkate alınması gerektiği, bu varlıklara yapılan yatırımların konuya yeterince hakim olunmadığı durumlarda eldeki yatırımlarında tamamen yitirilebileceği belirtilmiştir.

Sermaye Piyasası Kurulu’da yaptığı bu duyuruda, Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurulu’nca paylaşılan görüş gibi kripto paraların riskli oluşumlar olduğu belirtmiştir.

Mali Suçları Araştırma Kurulu konuyla ilgili yaptığı açıklamada; konuyu Bitcoin üzerinde değerlendirmiş, kökeni suçtan kaynaklı bir gelir olması durumunda Bitcoinin de suçtan kaynaklanan malvarlığı şeklinde nitelendirilebileceği, müşteri hesaplarından Bitcoin satan aracı kuruluşlar tarafından paranın alımına yönelik yapılan transferlerin şüpheli işlem tiplerine girebileceği ifade edilmiştir. Ayrıca 01.05.2021 tarih ve 31471 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan “Suç Gelirlerinin Aklanmasının ve Terörün Finansmanının Önlenmesine Dair Tedbirler Hakkında Yönetmelik” in “Yükümlüler başlıklı 4. Maddesinde kripto varlık hizmet sağlayıcıları yükümlüler arasında sayılmıştır. Bu açıdan hizmet sağlayıcıları, muhafaza ve ibraz, devamlı bilgi verme, şüpheli işlem bildiriminde bulunma, bilgi ve belge verme ile müşterinin tanınması hususlarında yükümlülük sahibi olmuşlardır.

Finansal İstikrar Komitesinin 34. Toplantısı’nda yaptığı açıklamada özetle; kripto paranın altyapısı gereği suistimallere ve kötü niyetli girişimlere açık olduğu, herhangi bir denetleme ve düzenleme kapsamında yapılmadığından dolandırıcılık suçuna uygun bir ortam olduğu belirtilmiştir.

Finansal İstikrar Komitesi’nin görüşü de diğer otoritelerin görüşlerinden çok farklılık arz etmemektedir.

Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası tarafından 30.04.2021 tarihinde yürürlüğe giren “Ödemelerde Kripto Varlıkları Kullanılmamasına Dair Yönetmelik” çıkarılmıştır. Yönetmeliğin birinci maddesinde amaç ve kapsam belirtilmiştir. “Ödemelerde Kripto Varlıkların Kullanılmaması” başlıklı 3. Maddesinin birinci fıkrasında kripto varlıkların ne anlama geldiğini açıklamaya çalışmıştır. Yapılan tanımlamaya göre; kripto varlıkların maddi olmayan varlıklar olduğu, sanal olarak oluşturularak digital ağlar vasıtasıyla dağıtımı gerçekleştirildiği belirtilmiştir. Yine tanımda kripto varlıkların işleyişinde dağıtık defter teknolojisinin veya buna benzer bir teknolojinin kullanıldığı belirtilerek, para tanımında yer verilen elektronik, itibari, kaydi para olmadığı ve ödeme aracı olarak tasnif edilemeyeceği menkul kıymet ve diğer sermaye

piyasası olarak ifade edilemeyeceği belirtilmiştir. Ayrıca Yönetmelik hükümleri incelendiğinde de görüleceği üzere; ödeme işlemlerinde kripto para varlıklarının kullanılması yasaklanmıştır.

Son olarak kripto paralara ilişkin TBMM Araştırma Hizmetleri Başkanlığı'nın 16.04.2021 tarihli, "Dijital, Sanal ve Kripto Para Sistemleri" raporunda özetle; kripto para altyapısı bağlamında blockchain teknolojisi, digital para olgusu umut verici ve gelişmeye açık olduğu, Bitcoin özelinde kripto para sistematığının oldukça yeni olduğu ifade edilmiştir.

TBMM Araştırma Hizmetleri Başkanlığı'nın yayımladığı raporda kripto paralara bakış açısı, getirdiği teknolojiler bağlamında olumlu şekilde değerlendirildiği görülmektedir.

Başlığa son vermeden önce Hazine ve Maliye Bakanlığı'nca yayımlanan orta vadeli mali plan ile ekonomik reform paketinde kripto para hakkında yer verilen hususlara değinilebilir.

30 Eylül 2020 tarihinde yayımlanan 2021-2023 Orta Vadeli Mali Plan'da; sanal varlıkların vergilendirilmesine yönelik çalışmaların yapılacağı ifade edilmiştir.

12 Mart 2021 tarihinde açıklanan ekonomik reform paketi ile T.C. Merkez Bankası dijital paranın ekonomik, teknolojik ve hukuki alt yapısını oluşturacaktır. Takvime göre kanuni düzenleme yoluyla yapılacağı eylemin bitiş tarihi 31.12.2021 olarak belirlenmiştir.

3.3. Türkiye Özelinde Kripto Paraların Vergilendirilmesi

Devletlerin kripto parayı vergilendirme fikri, öncelikle kripto paraların devletler için bir gelir kaynağı olmasından kaynaklıdır. Yine kişi veya kurumların haklarını korumaya yönelik adımlara da içermektedir (Akiz, 2019:9).

Türkiye özelinde konu değerlendirildiğinde; Türkiye'de kripto paraların vergilendirilmeye başlanması için birçok noktada yasal alt yapı ve anayasal dayanak mevcuttur. Ancak kripto paralara ilişkin, "tanımın" tam olarak yapılamamış olması, diğer bir ifadeyle nitelendirmenin tam yapılamaması bu kaynaktan elde edilen kazançlardan vergilendirmesi açısından önünde kurulan bir set olarak karşımıza çıkmaktadır (Ünalın, 2019:109).

Türkiye'de kripto paraların nitelendirilmesi hususunda herhangi bir yasal mevzuat oluşturulmadığından vergilendirmesi, kripto paranın ne olarak değerlendirilmesi yönüyle değişecektir. Buna göre kripto para dört farklı şekilde değerlendirilebilir; Emtia, Menkul Kıymet, Gayri Maddi Hak, Para.

Emtia; Kripto paranın emtia olarak değerlendirilebilmesinde öncelikle emtianın ne anlama geldiğine bir bakılması gerekmektedir. Emtia, ticarete konu

olan her şeye verilen ortak isim diyebiliriz. (Örneğin; petrol, altın, pamuk, buğday vs.) Tanımda verilen emtia örneklerine bakıldığında; hepsi elle tutulur, gözle görülebilen şeyler olduğu görülmektedir.

Kripto paraya bakıldığında; bilindiği üzere digital/sanal para olarak kabul edilmekte, blok zinciri üzerinde işleyen elle tutulur, gözle görülebilecek herhangi bir şey olmadığı dikkate alındığında, emtia olarak değerlendirilmesi çok uygun değildir.

Her ne kadar emtia olarak değerlendirilmesi çok uygun olmasa bile, kripto paraların “emtia” olarak değerlendirilmesi durumunda vergilendirmesi şu şekilde olabilir. Gelir Vergisi Kanunu’nun (Resmi Gazete (RG) Tarihi:06.01.1961, RG Sayısı:10700) 37. ve devamı maddelerinde ticari kazancın izah edildiği görülmektedir. Bilindiği üzere 37. maddesinde; “...her türlü ticari ve sınai faaliyetler ticari kazanç olduğu...” belirtilmiştir. Yine ticari kazanç için yapılan işlemin devamlılık arz etmesi ve ticari bir organizasyon kapsamında yapılması gerekmektedir.

Ayrıca mezkur kanunun 39. maddesinde; işletme hesabına göre ticari kazancın tespitinde emtia alım ve satımında dönem başı ve dönem sonu emtianın hasılat ve giderde dahil edilmesi izah edilmiştir.

Gelir Vergisi Kanunu’nun ticari kazancı izah eden 37. maddesi ile işletme hesabında ticari kazancın tespitini açıklayan 39. maddesi birlikte değerlendirildiğinde; kripto paranın “emtia” olarak değerlendirilmesi varsayımıyla; emtia alım-satım işleminin bir ticari organizasyon kapsamında yapılması ve devamlılık arz etmesi durumunda emtia (kripto para) alım satımı ticari kazanç olarak değerlendirilmektedir.

Peki emtia alım satımı işlemi devamlılık arz etmezse ne olacak?

Bu durumda Gelir Vergisi Kanunu’nun 82. maddesinin 1. bendinde yer verilen arızı kazançlardan; “arızî olarak ticarî muamelelerin icrasından veya bu nitelikteki muamelelere tavassuttan elde edilen kazançlar” kısmına dahil edilmesi uygun olacaktır.

Bu noktada kripto para emtia olarak değerlendirildiğinde, ticari faaliyet kapsamında değerlendirilmeyen arızı yapılan kripto para alım satım işlemleri arızı ticari kazanç olarak vergilendirilmesi gerekmektedir.

Kripto para “emtia” olarak değerlendirildiğinde Katma Değer Vergisi (KDV) (RG Tarihi:02.11.1984, RG Sayısı:18563) Kanunu açısından vergiye tabi olup olmaması ayrıca incelenmesi gerekmektedir.

Kripto para emtia olarak değerlendirildiği durumda, devamlılık arz eden emtia alım-satım işlemi ticari faaliyet kapsamında ticari kazanç olarak değerlendirildiğinden; KDV Kanunu’nun 1. maddesinde yer verilen “...ticari, sınai, zirai faaliyet ve serbest meslek faaliyeti çerçevesinde yapılan teslim ve

hizmetler...” in KDV’nin konusuna girmesi ve yine aynı maddede ticari faaliyetin devamlılığı, kapsamı ve niteliğine ilişkin verilen hükmünden bahisle bu şekilde bir ticari organizasyon kapsamında ve devamlılık arz edecek şekilde emtia bağlamında kripto para alım satımından elde edilen kazancın KDV’ye tabi tutulması gerekmektedir.

Kripto para emtia olarak varsayıldığında; arızı olarak yapılan ve arızı ticari kazanç olarak kabul edilen kripto para alım-satım işlemlerinin KDV Kanunu karşısındaki durumu şu şekilde değerlendirilebilir.

Bilindiği üzere KDV Kanunu’nun 1. maddesinde yer verilen teslim ve hizmetlerin KDV’ye tabi olduğu belirtilmiştir. Maddede ticari faaliyet kapsamında yapılan teslim ve hizmetlerin KDV’ye tabi olduğu ifade edilmiştir.

Ancak kanunun 1. maddesinde devam hükmünde ticari faaliyetin devamlılığından bahsedilerek, bu konuda Gelir ve Türk Ticaret Kanunu hükümlerinin geçerli olduğu belirtilmiştir.

Bu kapsamda arızı ticari kazanç devamlılık unsurunu içermediğinden bu şekilde değerlendirilen kripto para KDV’ye tabi olmayacaktır.

Menkul Kıymet; 6362 sayılı Sermaye Piyasası Kanunu’nun 3/o. Maddesinde menkul kıymet şu şekilde tarif edilmiştir. *“Menkul kıymetler: Para, çek, poliçe ve bono hariç olmak üzere; 1) Paylar, pay benzeri diğer kıymetler ile söz konusu paylara ilişkin depo sertifikalarını, 2) Borçlanma araçları veya menkul kıymetleştirilmiş varlık ve gelirlere dayalı borçlanma araçları ile söz konusu kıymetlere ilişkin depo sertifikalarını,”*

Menkul kıymetin yapılan tanımlamadaki yapısı ve Sermaye Piyasası Kurulu’nun kripto paraya bakış açısı birlikte değerlendirildiğinde, kripto parayı menkul kıymet olarak tanımlamak zor görünmektedir.

Her ne kadar kripto parayı menkul kıymet olarak tanımlamak zor görünse bile, kripto parayı menkul kıymet olarak değerlendiresek vergilendirilmesi açısından şu noktalara değinilebilir.

Öncelikle Gelir Vergisi Kanunu’nun 37. maddesinin 5. numaralı bendinin hatırlanmasında yarar vardır. Maddeye göre; *“kendi nam ve hesaplarına menkul kıymet alım-satımı ile devamlı olarak uğraşanların bu faaliyetlerinden...”* elde ettikleri kazançlar ticari kazançtır.

Madde metnine bakıldığında; bu şekilde ticari organizasyon yapısı içerisinde ve devamlı olarak kripto para alım satımı ticari kazanç olarak vergilendirilmesi gerekmektedir.

Kripto paranın menkul kıymet olarak değerlendirilmesinde ticari bir organizasyon yapısı içinde ve devamlılık arz etmeksizin yapılması durumunda kripto para alım- satımların vergilendirilmesi ise şu şekilde olacaktır.

Gelir Vergisi Kanunu'nun mükerrer 80/1. Maddesine göre kripto paraların bu şekilde menkul kıymet olarak değerlendirilmesinde; miras veya bağış yoluyla ivazsız şekilde kazanımlar hariç elden çıkarılmasından elde edilen kazanç değer artış kazancı olarak beyan edilecektir.

Mükerrer 80. maddenin devam hükmünde yer verilen istisna hükmü kripto paraların bu kapsamda elden çıkarılmasında kullanılmayacaktır. Çünkü maddede; istisna kapsamındaki kazançlardan, menkul kıymet ve diğer sermaye piyasası araçlarının elden çıkarılmasından sağlanan kazançlar istisnalardan hariç tutulmaktadır.

Kripto paranın menkul kıymet olarak değerlendirilmesine KDV açısından bakıldığında vergilendirmede şu yolun takip edilmesi uygun olacaktır.

Ticari kazanç kapsamında belirlenen şartlarda alım satımlar KDV Kanunu'nun 1. maddesine göre ticari faaliyet olarak değerlendirilip KDV'nin konusuna dahil olacaktır.

Ancak ticari faaliyet kapsamında değerlendirilen alım satımlar KDV Kanunu'nun 17/4-g maddesine göre; kripto paraların sermaye piyasası aracı olarak Türkiye'de kurulu borsalarda işlem görmesi KDV'den istisna olacaktır.

Son olarak ticari faaliyet kapsamında değerlendirilmeyip devamlılık arz etmeyen ve değer artış kazancı olarak değerlendirilen kripto para alım satımı KDV'ye tabi olmayacaktır.

Gayri Maddi Hak; 1 sıra numaralı Transfer Fiyatlandırması Yoluyla Örtülü Kazanç Dağıtımı Hakkında Genel Tebliği'nde (RG Tarihi:18.11.2007, RG Sayısı:26704) tanımlanmıştır. Yapılan tanımlamada; gayri maddi haklar, her türlü telif hakkı, patent, plan, ticari marka, tasarım, ticari unvan vb. sınai ve ticari sır, çeşitli eserlerin mülkiyet hakları, know how vb. gibi fikri hakları içine almaktadır.

Kripto paralar “gayri maddi hak” olarak tanımlanması durumunda, vergilendirilmesinde şu hususlara dikkat edilmelidir. Gelir Vergisi Kanunu'nun 37. maddesine göre; yapılan faaliyet devamlılık ve ticari organizasyon kapsamında yapılması halinde alım satımından elde edilen kazanç ticari kazanç olarak değerlendirilecektir.

Bir ticari organizasyon ve devamlılık unsuru içermeden yapılan kripto para alım satımı gayri maddi hak kapsamında değerlendirilmesinde, Gelir Vergisi Kanunu'nun mükerrer 80. maddesinde duruma göre 2.ve 3. bentleri kapsamında değerlendirilebilir ve bu bentler kapsamında değerlendirilmesi halinde 2023 yılı için 55.000-TL'si istisna olacaktır.

Kripto paranın gayri maddi hak olarak değerlendirilmesinde KDV açısından bakıldığında vergilendirmesinde şu yolun takip edilmesi uygun olacaktır.

Ticari kazanç kapsamında belirlenen şartlarda alım satımlar KDV Kanunu'nun 1. maddesine göre ticari faaliyet olarak değerlendirilip KDV'nin konusuna dahil olacaktır.

Ticari faaliyet kapsamında değerlendirilmeyip devamlılık arz etmeyen ve değer artış kazancı olarak değerlendirilen kripto para alım satımı KDV'ye tabi olmayacaktır.

Para; Kripto parayı para olarak değerlendirdiğimizde; kripto paraya ya Türk Parası ya da döviz olarak bakmak gerekmektedir.

Türk Parası ve dövizden ne anlaşılması gerektiği hususunda Türk Parası Kıymeti Koruma Hakkında 32 Sayılı Karar'a (RG Tarihi:11.08.1989, RG Sayısı:20249) bakmak gerekmektedir.

32 sayılı kararın 2. maddesinde; Türk Parası'nın *“Türkiye Cumhuriyeti kanunlarına göre Türkiye’de tedavülde bulunan veya tedavülden kaldırılmış olsa bile değiştirme süresi dolmamış olan paraları”* olduğu belirtilmiştir.

Aynı kararın yine 2. maddesinde; Döviz'in (Kambiyo); *“Efektif dahil yabancı parayla ödemeyi sağlayan her nev'i hesap, belge ve vasıtaları”* olduğu ifade edilmiştir.

32 sayılı kararda yer verilen tanımlamalar incelendiğinde Türk parasının tanımının daha net çizgilerle yapılmasına rağmen, döviz (kambiyo) tanımının daha geniş ve esnek yapıldığı görülmektedir.

Her ne kadar kripto para kavramı her iki tanım içinde de yer bulması çok uygun olmasa da, eğer para olarak değerlendirilecekse döviz olarak değerlendirilebilir.

Kripto paranın döviz olarak gerçek kişiler açısından değerlendirdiğimizde; bireysel bazda döviz alım satımından kaynaklı işlemlerde gelir vergisi açısından herhangi bir vergilendirme işlemi olmayacaktır.

Şöyle ki; gerçek kişilerin döviz alım satımı kur farkı geliri elde etmektir. Kur farkı geliri Gelir Vergisi Kanunu açısından vergilendirilmeyecektir.

Kripto paranın döviz olarak nitelendirilmesi hususunda Katma Değer Vergisi (KDV) açısından da değerlendirilmesi gerekecektir.

3065 sayılı KDV Kanunu'nun 1. maddesine göre; *“Türkiye’de yapılan aşağıdaki işlemler katma değer vergisine tabidir:*

Ticarî, sınai, zirai faaliyet ve serbest meslek faaliyeti çerçevesinde yapılan teslim ve hizmetlerin ...” KDV'ye tabi olacağı belirtilmiştir.

Aynı maddede *“...Ticarî, sınai, zirai faaliyet ile serbest meslek faaliyetinin devamlılığı, kapsamı ve niteliği Gelir Vergisi Kanunu hükümlerine göre; Gelir Vergisi Kanununda açıklık bulunmadığı hallerde, Türk Ticaret Kanunu ve diğer*

ilgili mevzuat hükümlerine göre tayin ve tespit edilir....” ifadelerine yer verilmiştir.

Yine mezkur kanunun 6. maddesine göre; “İşlemlerin Türkiye’de yapılması:

a) Malların teslim anında Türkiye’de bulunmasını,

b) Hizmetin Türkiye’de yapılmasını veya hizmetten Türkiye’de faydalanılmasını”

ifadelerine yer verilmiştir. KDV Kanunu’nun diğer istisnalar başlıklı 17/4-g maddesine göre döviz ve para teslimlerinin KDV’den istisna olduğu belirtilmiştir.

Yine KDV Genel Uygulama Tebliği’nde döviz ve para teslimlerinin KDV’den istisna olduğu belirtilmiştir.

KDV’ye ilişkin kanuni düzenlemelerde görüleceği üzere; ticari faaliyet çerçevesinde yapılması gereken mal ve hizmet teslimi KDV’nin kapsamına girmekte, ticari faaliyet devamlılık unsuru bağlamında değerlendirilmesinde KDV’de atıfta bulunduğu kanun hükümlerine göre hareket edilmesi gerekmektedir.

Her ne kadar ticari faaliyet kapsamında döviz teslimleri KDV Kanunu kapsamında değerlendirilmesine rağmen, KDV Kanunu’nun 17/4-g maddesine göre KDV’den istisna olmaktadır.

SONUÇ

Çalışmada internet kullanımının ve teknolojinin gelişimine paralel olarak ortaya çıkan kripto paradan bahsedilmeye çalışılmıştır. Ayrıca çalışmada kripto para kavramının arka planındaki işleyiş sürecinden ve kripto paranın vergilendirilmesi hususu da incelenmeye çalışılmıştır.

Kripto para bilindiği üzere blok zinciri teknolojisi aracılığıyla alım satımı gerçekleştirilmektedir. Alım satımı işlemi gerçekleştirilirken, arka planda birçok farklı mekanizma faaliyette bulunarak, bu alım satım işleminin güvenli ve hızlı bir şekilde gerçekleşmesini sağlamaktadır. Arka planda çalışan mekanizmalardan madenciler bu yolla gerek doğrulama işlemi sayesinde gerekse yeni blok kazımı işlemiyle kripto para üretimiyle belli gelir elde etmektedir. Yine kripto para borsaları işlem tahsil ücreti ve diğer aracılık faaliyeti kapsamında gelir elde etmektedir. Ayrıca kripto para kullanıcıları bu alım satım işlemlerinden bir getiri elde etmektedir. Bu noktada bu gelirlerin Devletin vergilendirme yetkisine binaen vergilendirilmesi gerekmektedir. Çalışmamızda esas üzerinde durduğumuz hususlardan biri de kripto paranın işleyiş süreci ile beraber kripto paranın nasıl vergilendirilmesi gerektiğidir.

Çalışmamızda kripto paranın vergilendirilmesi kısmının izah edildiği bölüme bakıldığında gerek devletlerin kendi içinde gerekse de Türkiye’de bulunan

otoriteler nezdinde kripto paranın nasıl vergilendirilmesi gerektiği ve kripto paranın ne olarak nitelendirileceği hususları da netleşmiş değildir. Bu durum dikkate alınarak, çalışmamızda kripto parayı dört farklı nitelendirme (eşya, menkul kıymet, gayri maddi hak ve para) yoluyla vergilendirme konusu değerlendirilmeye çalışılmıştır.

Sonuç olarak kripto paranın vergilendirilmesi önem arz etmektedir. Kripto paranın vergilendirilmesinde yapılması gerekenler hususunda şu noktalara temas edilmesi uygun olacaktır.

1. Kripto paranın nasıl nitelendirileceğinin tanımlanması gerekmektedir. Bu tanımlamanın yapılması sadece Türkiye nezdinde değil, bütün dünya ülkeleri bağlamında ortak paydada buluşulacak şekilde yapılmalıdır.

2. Yine birinci madde doğrultusunda özellikle çifte vergilendirmeyi önleme anlaşmaları kapsamında bu tanımlamanın ortak yapılması mükerrer vergilendirmenin önüne geçecektir.

3. Kripto paranın merkeziyetsiz yapısından kaynaklı hareketli olması nedeniyle mümkün oldukça kripto paradan para kazanan kişilerin vergilendirilmesinde vergi oranı, vergi bilincinin ve vergiden kaçınmanın artışına neden olmayacak şekilde makul ölçülerle belirlenmesi gerekmektedir.

KAYNAKÇA

1. Acet, H. ve Diken A.Ö. (2019). Kripto Para Bitcoin ve Türkiye'deki Bitcoin Piyasası, *International Conference On Euroasian Economies Session 1C: Para ve Bankacılık'ta Sunulmuş Bildiri*.
2. Akiz, E.H. (2019). *Kripto Paranın Vergilendirilmesi, Muhasebeleştirilmesi ve Denetimi*, Ankara: Dış Ticaret Enstitüsü Araştırma Metinleri.
3. Alsancak, B.C. (2020). Tüketicilerin Ödeme Yöntemi Olarak Kripto Para Kullanımına Yönelik Tutumları Üzerine Bir Araştırma, Yüksek Lisans Tezi, Bursa, Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
4. Avunduk, H. ve Aşan H. (2018). Blok Zinciri (Blockchain) Teknolojisi ve İşletme Uygulamaları: Genel Bir Değerlendirme, *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt:33, Sayı:1, 369-384.
5. Baran, P. (1962). On Distrubuted Communication Networks, <https://www.rand.org/content/dam/rand/pubs/papers/2005/P2626.pdf> adresinden 01.07.2021 tarihinde alınmıştır.
6. Deniz, E.A. (2020). Finansal Piyasalarda Kripto Para Uygulamaları: Kripto Para Fiyatlarını Etkileyen Faktörler, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, Işık Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
7. Dere, Y. (2019). Kripto Para Birimi Bitcoin ile Ekonomik Göstergeler Arasındaki İlişkinin Ekonometrik Bir Analizi, Yüksek Lisans Tezi, İzmir, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
8. Doğan, Z. Ve Buyrukoğlu S. (2018). Türkiye'de Bitcoin İşlemlerinin Vergilendirilmesi, *Vergi Sorunları Dergisi*, Sayı:361, 23-33.
9. Durmuş, S. ve Polat, M.Ş. (2018). Sanal Para Bitcoin, *Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, Cilt:9, Sayı:18, 659-673.
10. Eren, B.S. Erek, M. Buyruk Akbaba, A.N. (2020). Kripto Para Kavramı ve Muhasebeleştirilmesi, *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, Cilt:9, Sayı:2, 1340-1367.
11. Erözel Durbilmez, S. ve Yılmaz Türkmen, S. (2019). Blockchain Teknolojisi ve Türkiye Finans Sektöründeki Durumu, *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Cilt:4, Sayı:1, 30-45.
12. Nakamoto, S. (2008). Bitcoin: A Peer to Peer Electronic Cash System”, <https://bitcoin.org/bitcoin.pdf>, adresinden 01.07.2021 tarihinde alınmıştır.
13. Özbaş, M.Y. (2019). Elektronik Para ve Sanal Para: Bitcoin Geleceğin Para Birimi Olabilir Mi?, *İşletme Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, Sayı:1, 85-104.

- 14.Şahin, M. (2019). Kripto Para Yeni Bir Vergi Sığınağı Mı? Bilişim Teknolojilerindeki Gelişmeler Temelinde Bir Değerlendirme, *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı:34, 169-181.
- 15.Şahin, O. M. (2018). TMS&TFRS Işığında Muhasebe, Vergi ve Denetim Açısından Bitcoin ve Diğer Kripto Parar Birimleri, *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi*, 20 (4), 898-923.
- 16.Toraman, A.E. (2020). Bir Kayıt Zinciri Uygulaması Olarak Kripto Para Uygulaması ve Finansal Piyasalara Etkisi, Yüksek Lisans Tezi, Malatya, İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- 17.Turgut, E. (2020). Kripto Para ve Şifreleme Teknolojisi: Ekonometrik Veri Analizi, Yüksek Lisans Tezi, Niğde, Niğde Ömer Halis Demir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- 18.Türkiye Bilişim Vakfı, (2019). *Block Zinciri Teknolojisi Terminoloji Çalışması*, İstanbul: Rumi Matbaacılık.
- 19.Türkiye Bilişim Vakfı, (2020). *Vergi, Muhasebe ve Denetim Açısından Kripto Paraların İncelenmesi*, İstanbul: Set Pozitif Matbaacılık.
- 20.Türkyılmaz, T. (2018). Kripto Para Kaynaklı Kazançlarda Vergileme, https://www.vergidegundem.com/documents/10156/4739384/ocak2018_mak2.pdf/a2a94dc3-3bda-419f-94a8-b46de0be7455 adresinden 01.12.2021 tarihinde alınmıştır.
- 21.Usta, A. Doğanterkin, S. (2018) *Blockchain 101 V2*, İstanbul: Bankalararası Kart Merkezi.
- 22.Ünal, G. (2019). Kripto Paraların Vergilendirilmesi, Yüksek Lisans Tezi, Ankara, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Yararlanılan Elektronik Kaynaklar

- 23.<https://tr.cointelegraph.com>
- 24.<https://www.btcturk.com/>
- 25.<https://coinanalist.com/>
- 26.<https://academy.binance.com/>
- 27.<https://www.bitlo.com/>
- 28.<https://www.hmb.gov.tr/>
- 29.<https://www.tbmm.gov.tr/>
- 30.<https://www.tcmb.gov.tr/>
- 31.<https://www.spk.gov.tr/>
- 32.<https://www.bddk.gov.tr/>
- 33.<https://gib.gov.tr/>
- 34.<https://www.mevzuat.gov.tr/>
- 35.<https://www.resmigazete.gov.tr/>

42. Bölüm

Sosyal Hizmet Ön Lisans Öğrencilerinin Engellilere Yönelik Tutumları

Arif DURĞUN¹

İhsan KUTLU²

1 Öğr. Gör.; Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Seben İzzet Baysal Meslek Yüksekokulu Sosyal Hizmet ve Danışmanlık Bölümü. arifdurgun@ibu.edu.tr ORCID No: 0000-0001-8210-7343

2 Dr. Öğr. Üyesi; Sakarya Üniversitesi İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi Sosyal Hizmet Bölümü. ikutlu@sakarya.edu.tr ORCID No: 0000-0002-5668-3491

ÖZET

Engellilik, insanlık tarihi kadar eski bir olgudur. Tarihin ilk dönemlerinden beri engelliler, dezavantajlı nüfus gruplarından biri olarak psikolojik, sosyal, ekonomik, ayrımcılığın merkezinde konumlanmış ve istihdam, toplumsal katılım vb. alanlarda toplumdan dışlanmış ve çeşitli ayrımcılıklara maruz kalmışlardır. 13 Aralık 2006 yılında kabul edilen ve ülkemizde 2009 yılında onay süreci tamamlanarak yürürlüğe giren “Engellilerin Haklarına İlişkin Sözleşme” ile engellilerin tüm insan hak ve temel özgürlüklerinden tam ve eşit şekilde yararlanabilmesinin önü açılmış ve insan onur ve vakarına saygıyı güçlendirmiştir. Her ne kadar mevzuat bakımından gelişmeler sağlansa da engelli bireylere yönelik toplumsal olumsuz bakış ve kalıpyargılar devam etmektedir. Bunlar ise engelli bireylere karşı tutumlarımızı şekillendirmektedir. Bu bağlamda bu araştırmanın amacı geleceğin yarınları olan üniversite gençliğinin engelli bireylere yönelik tutumlarının ve engelli bireylere bakış açılarının ne olduğunu, özellikle engelli nüfus gruplarıyla yakından çalışacak olan sosyal hizmet ön lisans öğrencilerinin engellilere dönük tutumlarını ortaya çıkarmaktır. Sosyal hizmet öğrencilerinin engellilere yönelik tutumlarının belirlenmesi büyük önem taşımaktadır. Zira engelliye güçlendirecek, engellinin kendi ayakları üzerinde durmasına yardım edecek ve bireysel, aile yaşamı ve toplumsal yaşam içerisinde özgür iradesini ortaya çıkararak toplumsal hayata eşit katılımını sağlayacak yegâne profesyonellerden biri sosyal çalışmacılardır. Bu çalışmada nicel desen kullanılmış ve Özürlülere Yönelik Tutumlar Ölçeği (ÖYTÖ) kullanılarak katılımcı 70 sosyal hizmet ön lisans öğrencisine anket uygulanmıştır. Elde edilen sonuçlara göre (ÖYTÖ) toplam ölçek puanlarında öğrencilerin ortalaması 179,91 ile oldukça yüksek bulunmuştur. Ölçek alt boyutlarında da puan yüksek bulunmuştur. Bu sonuçlar, katılımcıların engellilere yönelik olumlu tutum sergilediklerini göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Engelli, Tutum, Sosyal Hizmet, Üniversite Öğrencileri, Ölçek

GİRİŞ

Engelli, doğuştan veya sonradan herhangi bir nedenle bedensel, zihinsel, ruhsal, duyuşsal veya sosyal yeteneklerini çeşitli derecelerde kaybetmiş, toplumsal yaşama uyum sağlama ve günlük gereksinimlerini karşılama güçlükleri çeken kimse olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2023). Engellilik ise engelli olma durumu olup (TDK, 2023) bireyin, kişisel veya toplumsal yaşamını olumsuz etkileyecek şekilde özbakım becerileri başta olmak üzere kişisel ödevlerini, kalıtsal veya sonradan gelişen noksanlıklar sonucu, ruhsal, fiziksel ve sosyal görevlerini yerine getirememesi durumu olarak tanımlanabilir. Birleşmiş Milletler tarafından 2006 yılında kabul edilmiş olan Engellilerin Haklarına İlişkin Sözleşme'nin 1. Madde'sine göre *"Engelli kavramı diğer bireylerle eşit koşullar altında topluma tam ve etkin bir şekilde katılımlarının önünde engel teşkil eden uzun süreli fiziksel, zihinsel, düşünsel ya da algısal bozukluğu bulunan kişileri içermektedir."*

Engelliliğin tarihsel arka planına baktığımızda engelli bireylerin birçok zorluklar yaşadığı görülmektedir. Öyle ki birçok engelli toplumdan itilmiş, hor görülmüş ve hatta ötekileştirilerek yaşam hakları dahi ellerinden alınmıştır (Buz ve Karabulut, 2015; Kaldık, 2022). Neolitik çağda, ilkel toplumlarda engellilerin kötü ruhlar tarafından ele geçirilmiş olduğuna inanılmış ve hatta bazı topluluklarda bu kötü ruhun çıkması için engelli bireyin kafasına delik açılmıştır. Antik Yunan'da da engelli doğan bebekler ölüme terk edilmiştir. Orta çağda da yine benzer şekilde zihinsel engellilerin şeytanlar tarafında ele geçirildiğine inanılıyordu (Altuntaş ve Topcuoğlu Atası, 2016).

Orta Çağda doğu ve batı medeniyetleri arasında engellilere olan yaklaşım farklı seyretilmiştir. Akıl hastaları için akıl hastaneleri 8. Yüzyıl'da Bağdat, Fas ve Kahire'de sonrasında 1270'te Şam ve Halep'te kurulmuştur. Müslümanlar akıl hastalığının batıda olduğu gibi cin, şeytan, kötü ruh vb. kökenli olmadığını, Allah'ın takdiri ve bir dünya imtihanı olduğuna inanmaktaydılar (Altuntaş ve Topcuoğlu Atası, 2016).

Batı medeniyetinde ise (İngiltere ve Almanya'da) akıl hastalıklarının tedavi edilmesi ancak 15. Yüzyıl'da mümkün olmuştur. Aynı dönemlerde Selçuklu ve devamında Osmanlı'da zihinsel engelliler müzik, su sesi, çiçek kokuları ve renklerle tedavi edilmişlerdir. 1484-1488 yılları arasında inşa edilen Edirne II. Beyazıt Darüşşifa'sı (Bimarhane'si) akıl hastalarına bahsi geçen yöntemlerden bazılarını kullanarak tedavi uygulayan bir kuruluştur. Diğer engel gruplarına yönelik de devlet ve kişiler (vakıflar) eliyle bazı kurumsal yapılar oluşturulmuştur. (Altuntaş ve Topcuoğlu Atası, 2016).

İslam dünyası engellilere yönelik çalışmalara batıdan daha erken dönemde başlamıştır. Bu çerçevede camilerin yanına oluşturulan külliyelerde engellilere yönelik «Bimarhaneler» yaptırılmış ve engellilerin tedavi, bakım ve rehabilitasyon hizmetleri buralarda gerçekleştirilmiştir. Batıda ise Rönesans'la birlikte her ne kadar insan bilgisinde ilerlemeler kaydedilse de zihinsel yeti kaybı olan kişilerin cinler tarafından ele geçirildiğine yönelik inanç, modern çağın başlarında da devam etmiştir. İngiltere'de modern çağın başlarındaki yasal kayıtlar zihinsel yeti kaybı olan insanları «GÜVENLİ» olanlar ve «TEHLİKELİ» olanlar diye diye iki gruba ayırmaktadır (Altuntaş ve Topcuoğlu Atası, 2016).

Bu süreçlerde Avrupa'da yoksulluk ve engellilik bir ölçüde kesişmiştir. Yoksulluğa atfedilen ve geçimlerini sadece sadakayla sağlayan toplumun yoksul kesimine yönelik pozitif bakış açısı negatife dönüşmüş ve herhangi bir iş yapış geçimini sağlayamayacak olan engelliler bu durumdan oldukça olumsuz etkilenmişlerdir. Sanayi Devrimi ile de engellilerin var olan zorlukları daha da artarak devam etmiştir. Üretim faktörlerinin değişmesi, fabrikaların kurulması ve kitle üretimine geçilmesiyle birlikte emeğin ücreti yükselmiş ve engelliler üretime katkı sağlayabilecekken işgücünden dışlanmıştır (Özgökçeler, 2011). Engelli haklarının gelişmeye başladığı 1970'li yıllardan itibaren engelli kişilerin toplumda daha görünür olmalarına yönelik sosyal politikalar hayata geçirilmeye devam etmektedir (Çaha, 2016).

Son yüzyıl içerisinde gerek ulusal mevzuatta gerekse de uluslararası mevzuatta engelli bireylere yönelik “ayrımcılık” yasağı her ne kadar tanımlanmış olsa da bu yasaklar tarihin seyri içinde engelli bireylere karşı ayrımcılık tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de devam edegelmektedir (Karaca Erol ve Nam, 2021). Burada sosyal öğrenme ile gelen bir önyargı olduğunu düşünebiliriz. Dolayısıyla engellilerin önünde aşamadıkları tek engelin toplumsal bariyerler olduğunu söyleyebiliriz (Manago, Davis ve Goar, 2017). Bu bariyerlerin kaldırılması ve toplumun engelli bireylere pozitif bakış açısı kazandırılması, engelli bireylere yönelik geliştirilen sosyal, siyasal, eğitim, sağlık ve istihdam politikaları kadar önem arz etmektedir.

İşyerinde ve iş arama süreçlerinde, engelliler toplumlarda ayrımcılığa ve ayrımcı uygulamalara daha çok maruz kalmaktadırlar. Bu ayrımcı uygulamalar ayrıca özel hizmetlere (mağazalar ve restoranlar; eğitim, sağlık hizmetlerine erişim; ulaşım ve diğer özel hizmetlere erişim vb.) ve kamu hizmetlerine (bankalar, sigorta şirketleri ve diğer finansal kurumlar) de yansımaktadır. (Banks, Grotti, Fahey ve Watson, 2018). Dolayısıyla hükümetlerin dezavantajlı gruplara yönelik sosyal içerme politikalarını, toplumda meydana gelen ayrımcılık ve

ayrımcı yaklaşımlar engellilerin bağımsız yaşama amaçlarını gerçekleştirmelerini zorlaştırmaktadır.

Toplumun ayrımcı bakışı yanında engelli bireyler, toplum içerisinde birçok olumsuz tutumla da mücadele etmek zorunda kalmaktadırlar. Toplumun engelli insanlara yönelik çok sayıda olumsuz tutum sergilediğine şahit olmaktadır. Bu olumsuz tutumlar, engellilerin toplumla bütünleşmelerine engel olmaktadır. İnsanların engellilere karşı tutumları, onların hayatlarının tamamını etkileyebilmektedir. Fiziksel yetersizliğin tek başına bir kişinin hayatını zorlaştırmayacağı yapılan birçok bilimsel çalışmalarla kanıtlanmıştır. Bu, yalnızca yetersizliği olan kişinin kendisini veya başkalarının onu yetersiz gördüğü durumlarda gerçekleşir (Şenel, 1996:68). Olumsuz tutumlar, engellilerin toplumla bütünleşmelerinin önünde görünmez bir engel oluşturmaktadır. Engelli bireylere yönelik tutumlar, bu kişilerin yaşamlarının tamamını etkileyebilmektedir. Nitekim bireylerdeki fiziksel yetersizliğin tek başına bir engele neden olamayacağı, bu durumun ancak yetersizliği olan kişinin kendi kendisini veya başkalarının onu yetersiz algılaması durumunda, bir engele neden olacağı belirlenmiştir (Şenel, 1996:68).

Engellilerin toplumsal yaşama tam ve etkin olarak katılabilmeleri için onlara yönelik tutumların pozitif yönde değişimi bir zorunluluktur. Bu değişimde başı çekecek yani değişimin lokomotif olacak kurumların en başında da üniversiteler gelmektedir. Üniversitelerin engellilikle ilgili engelli bireylerle ve gruplarla çalışan alanların başında ise sosyal hizmet bölümleri bulunmaktadır. Literatürde, her ne kadar konumuz ile ilgili birçok araştırmaya rastlansa da (Alptekin & Vural Batık, 2013; Campbell et al., 2003; Şahin & Bekir, 2016; Şahin & Cengiz, 2017; Çelik vd., 2017; Tervo et al., 2004; Ünal & Yıldız, 2017; Gençtürk & Korkut, 2020; Gallego-Ortega & Rodríguez-Fuentes, 2021) bunların hiçbirinin sosyal hizmet lisans veya ön lisans öğrencileri özelinde yapılmadığı görülmektedir. Dolayısıyla bu çalışma, sosyal hizmet ön lisans öğrencilerinin engellilere yönelik tutumlarını belirlemek amacıyla yapılmıştır.

Gereç ve Yöntem

Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı, sosyal hizmet ön lisans öğrencilerinin engellilere yönelik tutumlarını ortaya çıkarmaktır. Ayrıca çeşitli demografik değişkenlerin engelli bireyler üzerinde etkili olup olmadığını belirlemek araştırmanın diğer bir amacıdır.

Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini, Bolu ilinde sosyal hizmet ön lisans programında öğrenim gören ön lisans öğrencileri oluşturmaktadır. Çalışmada örneklem hesap edilmemiş olup evrenin tamamına ulaşılmaya çalışılmıştır. Evrenin tamamına erişilmiş fakat 70 anket formu değerlendirilmeye alınmıştır. 10 adet anket formunda hata tespit edildiği için bu formlar değerlendirmeye alınmamıştır.

Veri Toplama Araçları

Araştırmada öğrencilerin engelli bireylere yönelik tutumlarını ölçmeye yönelik hazırlanan ve standardize edilmiş olan Özürlülere Yönelik Tutumlar Ölçeği (ÖYTÖ) ve bu tutumların çeşitli değişkenlere göre farklılaşıp farklılaşmadığını ölçmeye yönelik araştırmacı tarafından hazırlanmış yedi adet sorudan oluşan anket formu kullanılmıştır. Anket, internet anketi (i-anket) aracılığıyla (Barış ve Taylan, 2020: 22) örneklem kitlesine sunulmuştur.

Özürlülere Yönelik Tutum Ölçeği (ÖYTÖ), likert tipi bir ölçme aracı olup Özürlüler İdaresi Başkanlığı (ÖZİDA, 2008) tarafından yaptırılan “Toplum Özürlülüğü Nasıl Anlıyor Temel Araştırması” adlı çalışmada geliştirilmiştir. ÖYTÖ toplam puan üzerinden değerlendirilmekte olup ölçekten alınabilecek en düşük puan 43; en yüksek puan 215’tir. Puan arttıkça engellilere dönük olumlu tutum söz konusudur. Ölçekte olumsuz ibareler ters puanlanmaktadır. Ölçekte 6 alt boyut bulunmakta ve bunlar: Eğitim Ortamları (EO), Kişilerarası İlişkiler (Kİ), Çalışma Yaşamı (ÇY), Aile Yaşamı (AY), Kişisel Özellikler (KİÖ), Yetkinlik Bağımsız Yaşam (YBY)’dir. Her bir alt boyut engelli bireyi ilgili açıdan değerlendirmektedir.

Verilerin Analizi

Veriler bilgisayar ortamında bir istatistik programına aktarılarak frekans, yüzdelik dilimler, aritmetik ortalamaları, standart sapmaları hesaplanmıştır. Bunun yanında ölçeklerin güvenirlik analizi (Cronbach Alpha) hesaplanmıştır. Ayrıca ileri istatistik tekniklerinin belirlenmesi için öncelikle varyansların normal dağılım gösterip göstermediğine bakılmış ve analiz neticesinde normal dağılım gösterdiği gerekçesiyle parametrik testler kullanılmıştır. İki grup arasındaki farkın açıklanması için bağımsız örnekler t-testi analizi yapılmıştır. İki den fazla olan parametrelerin karşılaştırılmasında da Tek Yönlü Varyans Analizi (One-Way ANOVA) yapılmıştır. Bunun dışında ölçekteki birtakım maddeler ile kategorik değişkenlerin bazıları ile Ki-Kare analizi yapılmıştır.

Bulgular

Bu başlık altında araştırmaya katılan sosyal hizmet ön lisans öğrencilerinin sosyodemografik özellikleri, ÖYTÖ'nün geçerlik ve güvenirliğine ilişkin bulgular, Öğrencilerin ÖYTÖ'den aldıkları puanlar ve demografik ilişkilerle ilişkili bulgulara ve Ki-Kare analiz bulgularına yer verilmiştir.

Tablo 1: Katılımcıların Sosyo-Demografik Özellikleri

Değişken	Grup	Sayı	%
Sınıf	1. Sınıf	34	48,6
	2. Sınıf	36	51,4
Yerleşim Yeri	Köy/Kasaba	10	14,3
	İl Merkezi/İlçe	31	44,3
	Büyükşehir/Büyükşehir İlçe	29	41,4
Gelir Durumu	Gelir Gideri Karşılıyor	43	61,4
	Gelir Giderden Fazla	7	10,0
	Gelir Giderden Az	20	28,6
Engelli Arkadaşa Sahip Olma	Var	14	20,0
	Yok	56	80,0
Engelli Akrabaya Sahip Olma	Var	31	44,3
	Yok	39	55,7
Engellilik Dersi Alma Durumu	Evet	30	42,9
	Hayır	40	57,1
Yaş Ortalaması: 20,53±0,183			

Yukarıdaki Tablo.1 'de araştırmaya katılan öğrencilerin çeşitli sosyo-demografik özellikleri ile engelli arkadaşına sahip olup olmama, engelli akrabaya sahip olup olmama ve ön lisans eğitimi sürecinde engellilik dersi alıp almadıklarına ilişkin bulgular gösterilmektedir. Katılımcıların cinsiyet değişkenlerine özellikle yer verilmemiştir. Zira katılımcıların hepsi kadındır. Sosyal hizmet bölümlerinde öğrenim gören öğrencilerin büyük bir çoğunluğu kadın öğrencilerden oluşmaktadır (YÖK, 2022). Tablo incelendiğinde katılımcıların yaş ortalaması 20,5±0,183, sınıf değişkenine bakıldığında %51,4'ü 2. Sınıfta öğrenim görmekte %8,6'sı da 1. Sınıfta öğrenim görmektedirler. Yerleşim yeri değişkeni engelliliğe yönelik tutumlar üzerinde etkili olduğu değerlendirilen bir diğer değişkendir. Öğrencilerin üniversiteye gelmeden önce çoğunlukla yaşadıkları yerleşim birimlerine baktığımızda %44,3'ünün il merkezi

veya ilçe merkezinde yaşadıkları; %41,4'ünün büyükşehir ve büyükşehir ilçelerinde yaşadıkları ve %14,3'ünün de köy/kasaba yerleşim birimlerinde ikamet ettikleri görülmektedir. Engelli bir arkadaşına sahip olma durumlarına bakıldığında katılımcıların %80'inin engelli arkadaşının olmadığı; engelli akrabaya sahip olma durumlarına bakıldığında da %44,3'ünün engelli tanısı almış akrabalarının olduğu görülmektedir. Öğrencilerin engellilik dersi alma durumlarına bakıldığında da %42,9'unun engellilik dersi aldıkları görülmektedir.

Tablo 2: ÖYTÖ ve Alt Boyutlara İlişkin Bulgular

	En az	En çok	Ort.	Kesme noktaları	Çarpıklık		Basıklık		Cronbach Alpha
					İstatistik	S.hata	İstatistik	S.hata	
EO	9	15	13,74	12	-1,373	,287	1,300	,566	,411
Kİ	27	45	39,95	36	-,668	,287	-,228	,566	,875
ÇY	23	45	36,88	34	-,694	,287	,635	,566	,808
AY	7	15	11,18	11	-,014	,287	-,810	,566	,552
KİÖ	19	35	29,21	27	-,813	,287	,756	,566	,747
YBY	15	30	23,32	22,5	-,227	,287	-,159	,566	,886
ÖYTÖ	129	209	179,91	169	-,690	,287	,015	,566	,941

Yukarıdaki Tablo. 2'de katılımcıların Özürlülere Yönelik Tutum Ölçeği (ÖYTÖ)'den aldıkları puanlar, alt boyutlarında aldıkları puanlar, en az ve en yüksek puanlar ve Kolmogorov-Smirnov ile Shapiro-Wilk testleri dışında normal dağılım varsayımının karşılanıp karşılanmadığının belirlenmesinde bir diğer kıstas olarak değerlendirilen çarpıklık-çarpıklık hatası ve(ya) basıklık-basıklık hatası sonuçları gösterilmektedir. ÖYTÖ toplam ölçek puanlarında öğrencilerin ortalaması 179,91 ile oldukça yüksek çıkmış ve kesme noktasının 10 puan üzerindedir. Yani katılımcıların engellilere yönelik olumlu tutum geliştirdikleri söylenebilir. Ölçek toplamında en düşük 129 puan alınırken en yüksek 209 puan alınmıştır.

Ölçeğin ÖYTÖ_EO alt boyutunda puanlar en düşük 9 en yüksek 15 hesaplanmış ve ortalama 13,74 ile kesme noktasının hemen üzerindedir. ÖYTÖ_Kİ alt boyutunda da alınan en düşük puan 27 ve en yüksek puan 45 olmuştur. İlgili alt boyutta ortalama puan 39,95 ile kesme noktasının 3 puan üzerindedir. Ölçeğin ÖYTÖ_ÇY alt boyutunda en düşük puan 23 ve en yüksek 45 bulunmuş ve ortalama 36,88 ile kesme noktasının 2,88 üstündedir. Ölçeğin ÖYTÖ_AY alt boyutunda ortalama 11,18 ile kesme noktasının 0,18 birim üzerinde bulunmuş olup en düşük puan 7 ve en yüksek 15 hesaplanmıştır. Ölçeğin KİÖ alt boyutunda en düşük 19 ve en yüksek 35 puan alınmıştır. İlgili alt boyutta alınan ortalama 29,21 puan alınmış ve kesme noktasının üzerinde hesaplanmıştır. Son olarak ölçeğin YBY alt boyutunda ise en düşük 15 puan ve en yüksek 30

puan hesaplanmış olup ortalama puan 23,32 hesaplanmış ve kesme noktasının yaklaşık 1 birim üzerinde bulgulanmıştır. Ayrıca ÖYTÖ'nün toplam ölçekten aldığı Cronbach Alpha değeri ,941 ile çok yüksek güvenilirlikte bulunmuştur. Bu sonuçlar katılımcıların yüksek düzeyde olumlu engelli tutumuna sahip olduklarını göstermektedir.

Araştırmada kullanacağımız analiz tekniklerinin belirlenmesi ve normallik varsayımına uygunluğunu belirlemek için (parametrik veya nonparametrik testler) ölçeğin basıklık ve(ya) çarpıklık değerine bakılarak yorumlanması tekniği tercih edilmiştir. İlgili değerlere bakıldığında hesaplanan mutlak z değeri +3,29 ile -3,29 arasında değer aldığı için normal dağılım gösterdiği kabul edilmiştir (Kim, 2013:53). Böylece analizlerimizde parametrik testler kullanılmıştır. Analizler ölçek toplam puanı temel alınarak değerlendirilmiştir. Ayrıca araştırmada kullanılan ölçekte engellilere yönelik birtakım spesifik tutumları tanımladığını değerlendirdiğimiz maddeler ile bazı kategorik değişkenler çapraz tablo analizine tabi tutulmuştur.

Tablo 3: Öğrencilerin Çeşitli Değişkenlere Göre ÖYTÖ'den Aldıkları Puanların Analizleri

	Değişkenler	n	$\bar{X}$	Sd	t & p	f & p
Yaş	20 Yaş ve altı	32	177,65	68	-,669	-
	21 yaş +	38	180,57		,506	-
Sınıf	1. Sınıf	34	178,29	68	-,423	-
	2. Sınıf	36	180,13		,674	-
Yerleşim Yeri	Köy/Kasaba	10	172,00	2,67	-	,928
	İl Merkezi/İlçe	31	180,48		-	,400
	Büyükşehir/Büyükşehir İlçe	29	180,41			
Gelir Durumu	Gelir Gideri Karşılıyor	43	178,53	2,67	-	,114
	Gelir Giderden Fazla	7	181,85		-	,893
	Gelir Giderden Az	20	179,24			
Engelli Arkadaşa Sahip Olma	Var	14	181,14	68	,436	-
	Yok	56	178,76		,664	-
Engelli Akrabaya Sahip Olma	Var	31	179,12	68	-,046	-
	Yok	39	179,33		,963	-
Engellilik Alma	Dersi Evet	30	179,53	68	,115	-
	Hayır	40	179,02		,909	-

Yukarıdaki Tablo. 3'te ankete katılanların demografik ve çeşitli diğer değişkenlere göre ÖYTÖ'den aldıkları puanlara göre t-testi ve Anova testi

Engelli	Var	1	1	15	13	1	31	$\chi^2=9,636$
Akrabaya		3,2%	3,2%	48,4	41,9	3,2%	100,0%	Sd=4
Sahip				%	%			p=,047**
Olma	Yok	0	2	11	15	11	39	
		0,0%	5,1%	28,2	38,5	28,2%	100,0%	
				%	%			
Özürlülerin iyi ana-babalık yapabilirler								
Engelli	Var	2	1	11	0	0	14	$\chi^2=12,65$
Arkadaşa		14,3	7,1%	78,6	0,0%	0,0%	100,0%	3
Sahip		%		%				Sd=4
Olma	Yok	0	3	36	14	3	56	p=,013**
		0,0%	5,4%	64,3	25,0	5,4%	100,0%	
				%	%			
Ailenin maddi durumu iyi olsa bile, özürlü birinin varlığı, ailenin sosyal yaşamını sınırlandırır.								
Gelir	Gelir	0	11	14	8	10	43	$\chi^2=29,01$
Durumu	gideri	0,0%	25,6	32,6	18,6	23,3%	100,0%	7
	karşılıyo		%	%	%			Sd=8
	r							p=,000**
	Gelir	2	0	1	3	1	7	
	giderden	28,6	0,0%	14,3	42,9	14,3%	100,0%	
	fazla	%		%	%			
	Gelir	0	7	5	8	0	20	
	Giderden	0,0%	35,0	25,0	40,0	0,0%	100,0%	
	az		%	%	%			
İş yerinde özürlüler için kontenjan ayrılmasını doğru buluyorum								
Gelir	Gelir	0	1	4	16	22	43	$\chi^2=18,39$
Durumu	gideri	0,0%	2,3%	9,3%	37,2	51,2%	100,0%	1
	karşılıyo				%			Sd=8
	r							p=,018**
	Gelir	0	0	0	0	7	7	
	giderden	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0	100,0%	
	fazla					%		
	Gelir	3	0	0	10	7	20	
	Giderden	15,0	0,0%	0,0%	50,0	35,0%	100,0%	
	az	%			%			
* A: Hiç Katılmıyorum, B: Katılmıyorum, C: Kararsızım, Ç:Katılıyorum, D: Tamamen Katılıyorum								
**p<,05								

Yukarıdaki Tablo. 4'te ölçekteki bazı ibarelerle engellilik ve sosyal hizmet dersi alma, gelir durumu, engelli akrabaya sahip olma ve engelli arkadaşına sahip olma değişkenleri arasında Ki-Kare analizi sonuçları gösterilmektedir. Engellilik ve sosyal hizmet dersi alma değişkeni ile "Özürlü olmayanlar bile yeterli eğitimi alamazlarken özürlülere eğitim vermek gereksizdir." ibaresine vermiş oldukları

yanıtları karşılaştırdığımızda iki değişken arasında $p=,039$ düzeyinde anlamlı ilişki bulunmuştur. Engellilik ve sosyal hizmet dersi alan ve almayan katılımcıların çoğu, bu ibareye hiç katılmadıklarını ifade etmiş; sadece %3,3'ü bu ibareye kesinlikle katılıyorum demiştir. “Özürölüler herkes gibi evlenip yuva kurabilirler.” İbaresine ile gelir durumu değişkeni arasındaki farklılığa baktığımızda $p=,024$ düzeyinde anlamlı ilişki bulunmuştur. Bu karşılaştırmada gelir gideri karşılıyor diyenlerin %44,2'si kararsızım derken, gelir giderden fazla diyenlerin %14,3'ü bu ibareye hiç katılmadıklarını belirtmiş ve geliri giderden az olanların ise %40'ı bu ibareye katıldıklarını belirtmişlerdir. Yine aynı ibare ile engelli arkadaşına sahip olma değişkeni karşılaştırıldığında iki değişken arasında $p=,047$ düzeyinde anlamlı fark bulunmuştur. Burada engelli akrabaya sahip olanların %48,4'ü bu ibareye “kararsız” oldukları %41,9'unun ise bu ibareye “katılıyorum” dedikleri ve engelli arkadaşına sahip olmayanların ise %38,5'i bu ibareye “katılıyorum” dedikleri görülmektedir. “Özürölülerin iyi ana-babalık yapabilirler.” İbaresine ile engelli arkadaşına sahip olma değişkeni arasında anlamlı ilişki bulunmuştur ($p=,013$). Engelli arkadaşına sahip olanların %14,3'ünün bu ibareye hiç katılmadıklarını ifade ederken %78,6'sı “kararsız” olduklarını beyan etmişlerdir. Engelli arkadaşına sahip olmayanların da büyük bir çoğunluğu (%64,3) “kararsız” olduğunu belirtirken toplamda %30'dan fazlası bu ibareye katıldıklarını beyan etmişlerdir. “Ailenin maddi durumu iyi olsa bile, özürölü birinin varlığı, ailenin sosyal yaşamını sınırlandırır.” maddesi ile gelir durumu arasında da anlamlı ilişki bulunmuştur. Geliri giderden az olanların %40'ı bu ibareye katılıyorken; gelir gideri karşılıyor diyenlerin %25,6'sı bu ibareye katılmadıklarını, %32,6'sının bu ibareye kararsız kaldıkları ve geliri giderden fazla olanların ise %28,6'sı ise bu ibareye hiç katılmadıklarını belirtmişlerdir. Son olarak “iş yerinde özürölüler için kontenjan ayrılmasını doğru buluyorum” diyenler ile gelir düzeyi arasında anlamlı fark bulunmuştur. Geliri giderinden fazla olanların tamamı bu ibareye tamamen katıldıklarını ifade etmiş, geliri giderini karşılayanların da %51,2'si bu ibareye tamamen katıldıklarını belirtmiş ve geliri giderden az olanların da %35'i bu ibareye tamamen katıldıklarını söylemişlerdir.

SONUÇ

Yeryüzünde yaşamını sürdüren her birey potansiyel birer engelli adayıdır. Engellilik, insanlık tarihi kadar eski ve üzerinde uzlaşma olmayan bir kavram olmasına rağmen, çok çeşitli ve karmaşıktır. Engellilik, kadınlarda, çocuklarda, yaşlılarda, yoksullarda, eğitimde, istihdamda vb. nüfus grupları ve alanlarda gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde farklı yansımaları olduğu için çok katmanlı bir olguya dönüşmüş olup sistemik müdahale gerektiren bir alana evrilmiştir.

Engelli bireyler tarih boyunca çeşitli eşitsizliklere maruz kalmışlardır. Bunlardan biri de sosyal ilişkilerden soyutlanma ve ötekileştirmedir. Elbette bunun da kökenlerinden biri engellilere yönelik süregelen olumsuz tutumlardır. Dolayısıyla engelli kişilere yönelik tutumlar üzerine birçok araştırma yapılmıştır Alptekin & Vural Batık, 2013; Campbell et al., 2003; Şahin & Bekir, 2016; Şahin & Cengiz, 2017; Çelik vd., 2017; Tervo et al., 2004; Ünal & Yıldız, 2017; Gençtürk & Korkut, 2020; Gallego-Ortega & Rodríguez-Fuentes, 2021).

Bizim bu araştırmamız da ileride sosyal çalışmacı olmaya namzet olan ve engelli nüfus gruplarıyla yoğunlukla çalışacak sosyal hizmet ön lisans öğrencilerinin engelli bireylere yönelik tutumlarını ortaya çıkarması önem arz etmektedir.

Benzer çalışmalarda engellilere yönelik tutum ile cinsiyet arasında belirgin bir farklılık ortaya çıkmamıştır (ÖZİDA, 2008; Tervo vd., 2004; Çakırer Çalbayram vd. (2018). Bunun dışında kadınların erkeklere nazaran daha olumlu tutumlar sergilediklerini bulgulayan çalışmalar da yok değildir (Gallego ve Rodriguez, 2021). Bu çalışmada katılımcıların tamamı kadın olduğu için cinsiyet değişkeninde herhangi bir karşılaştırma yapılamamıştır. Bu araştırmadaki bulgulara baktığımızda yaş, sınıf, yerleşim birimi, gelir durumu, engelli arkadaşına sahip olma, engelli akrabaya sahip olma ve son olarak engellilikle ilgili ders alma değişkenlerine göre engelli bireylere yönelik tutumlar anlamlı farklılaşmamaktadır. Kaldık (2022) tarafından yapılan çalışmada da engelli yakının varlığı durumu, engellilerle veya engellilikle ilgili ders alma durumu ve gelir seviyesi ile engelli bireylere yönelik tutum anlamlı farklılaşmamaktadır. Bu iki çalışma birbirini destekler niteliktedir. Burada özellikle sosyal hizmet ön lisans öğrencilerinin engellilik konusunu birçok derste işleyebilecekleri varsayımı, iki değişken arasında anlamlı farklılık oluşturmamış olabilir. Ayrıca engellilik alanında toplumsal bilincin gelişmesine yönelik politik düzlemde atılan adımların da engelli bireylere yönelik pozitif tutumun gelişmesine neden olabileceği de ayrıca düşünülebilir. Engelli arkadaşına ve engelli akrabaya sahip olma durumuna göre anlamlı farklılık bulgulanmamış ve yapılan benzer nitelikli çalışmalarda da bu değişkenlerle engelli bireylere yönelik tutumlar istatistiksel olarak anlamlı farklılaşmamıştır (Parasuram, 2006; Şahin ve Bekir, 2016; Kaldık, 2022).

Araştırmamızda kullandığımız ölçek maddelerinin bazılarıyla demografik ve engellilikle ilgili sorulan anket sorularıyla gerçekleştirilen çapraz tablo Ki-Kare analizleri neticesinde gelir durumu değişkeni ile engellilerin iş yerlerinde kontenjan ayrılmasını doğru bulanlar arasında; Ailenin maddi durumu iyi olsa bile, engelli birinin varlığı, ailenin sosyal yaşamını sınırlandırır diyenler arasında ve engelliler herkes gibi evlenip yuva kurabilirler diyenler arasında anlamlı fark

bulunmuştur. Ayrıca engelli olmayanlar bile yeterli eğitimi alamazlarken engellilere eğitim vermek gereksizdir diyenler ile engellilik ve sosyal hizmet dersi alanlar arasında anlamlı fark bulunmuş ve bu ibareye dersi alan ve almayan herkes hiç katılmadıklarını belirtmişlerdir. Engelli akrabaya sahip olma değişkeni ile engellilerin evlenip yuva kurabileceklerine ilişkin ölçek maddesi arasında da anlamı farklılık bulunurken aynı zamanda engelli arkadaşına sahip olma durum değişkeni ile engelli bireyler iyi ana-babalık yapabilirler ibaresi arasında anlamlı fark bulunmuştur.

Engelli insanlara yönelik olumlu ya da olumsuz bakış açısı, bireylerin toplumda nasıl bütünleştiğini doğrudan etkiler. Tutumun olumsuz olması, engelli bireylerin sosyal ortamlardan dışlanmasına neden olabilir. Gençler, toplumsal duyarlılığın geliştirilmesinde önemli bir rol oynar ve özellikle sosyal hizmet öğrencileri ve geleceğin sosyal çalışmacıları bu işin mutfağında ve merkezindedir. Dolayısıyla bu gençlerin engelli bireylerin toplumsal bütünleşmelerinde geliştirdikleri ve mesleki çalışmalarına yön verecekleri tutumları önemli bir rol oynayabilir. Nitekim araştırmamızda öğrencilerin engelli bireylere yönelik tutumları istenen ve beklenen seviyede yüksek çıkmıştır. Bu da olumlu değerlendirilmektedir. Çünkü sosyal çalışmacılar, engelli ve engelli bireylerin toplumda karşılaştıkları ve karşılaşılabilecekleri sorunların ortadan kaldırılmasında kilit rol oynamakta bir taraftan toplumsal bilinci uyandıran faaliyetlerde bulunurken diğer taraftan engelli ve yakın çevresini güçlendirerek var olan potansiyelini maksimum düzeyde ortaya çıkarmalarına yardım etmektedirler. Engellilere dönük bu misyon ve vizyonun daha da geliştirilerek devam ettirilmesi, toplumun bütün katmanlarına yönelik engelli bilincinin geliştirilmesi ve yayılması ve insanların engelli bireylere yönelik olumsuz tutumların yüzünün pozitif çevrilmesine dönük faaliyetlerin mikro, mezzo ve makro düzeylerde diğer meslek elemanlarıyla multidisipliner bir anlayışla geliştirilmesi önerilmektedir. Bununla birlikte özellikle üniversitelerde engelli birimlerinin proaktif bir yaklaşımla hareket etmeli engelli bireylerin üniversitede karşılaşılabilecekleri risk faktörlerini önceden kestirip gerekli önlemleri de almalıdır. Ayrıca üniversitelerin ilgili bölümlerinde engellilikle ilgili dersler veya müfredatlara engellilik konuları eklenmelidir.

REFERANSLAR

1. Altuntaş, B. ve Topcuoğlu Atasu, R. (2016). *Engelli Bakımı Sosyal Bakım ve Kadın Emeği*. Ankara: Nika Yayınevi.
2. Alptekin, S., & Vural Batık, M. (2013). Özel eğitim bölümü öğrencilerinin yetersizlikten etkilenmiş kişilere yönelik tutumlarına özel eğitim dersinin etkisi. *e-International Journal of Educational Research*, 4(4), 18-34.
3. Banks, J., R. Grotti R., Fahey, E. ve Watson, D. (2018), *Disability and Discrimination in Ireland: Evidence from the QNHS Equality Modules 2004, 2010, 2014*. Irish Human Rights and Equality Commission: Economic and Social Research Institute. <https://www.esri.ie/system/files/publications/bkmnext363.pdf> adresinden 6 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
4. Barış, İ. ve Taylan, H. H. (2020). Küresel salgın sürecinde Türkiye’de aile içi sorunlar. *Nosyon: Uluslararası Toplum ve Kültür Çalışmaları Dergisi*, Gürsoy Akça Özel Sayısı, 5, 13-32.
5. Buz, S. ve Karabulut, A. (2015), Ortopedik engelli kadınlar: toplumsal cinsiyet çerçevesinde bir çalışma. *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7, 25-45.
6. Campbell, J., Gilmore, L., ve Cuskelly, M. (2003). Changing student teachers’ attitudes towards disability and inclusion. *Journal of Intellectual and Developmental Disability*, 28(4), 369-379.
7. Çaha, H. (2016). Engellilerin toplumsal hayata katılmasına yönelik politikalar: Türkiye, ABD ve Japonya örnekleri. *İnsan ve Toplum*, 5(10), 123-150.
8. Çakırer Çalbayram, N., Aker, M. N., Akkuş, B., Durmuş, F. K., & Tutar, S. (2018). Sağlık bilimleri fakültesi öğrencilerinin engellilere yönelik tutumları. *Ankara Sağlık Bilimleri Dergisi*, 7(1), 30-40.
9. Çelik, F., Terkeş, N., Uslular, E., Şahin, Ö., Savaş, L., Karateke, A., Duygun, G., ve Kahraman, H. (2017). Hemşirelerin işitme engelli bireylere yönelik tutumlarının belirlenmesi. *Anadolu Hemşirelik ve Sağlık Bilimleri Dergisi*, 20(4), 244-253.
10. Erol Karaca, Z. ve Nam, D. (2021). “Kronik Bir Sosyal Sorun: Engellilere Yönelik Ayrımcılık.” *Bilgi Sosyal Bilimler Dergisi*, 23(1) , 167-194.
11. Gallego-Ortega, J.L., ve Rodríguez-Fuentes, A. (2021). Teaching attitudes towards students with disabilities. *Mathematics*, 9, 1637.

12. Gençtürk, Z. ve Korkut, G. (2020). Üniversite öğrencilerinin engelli bireylere yönelik tutumlarının incelenmesi, *Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19, 105-126.
13. Kaldık, B. (2022). Üniversitedeki Z Kuşağı'nın engelli bireylere yönelik tutumları üzerine bir araştırma. *Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23(1), 39-53.
14. Kayri, M. (2009). Araştırmalarda gruplar arası farkın belirlenmesine yönelik çoklu karşılaştırma (post-hoc) teknikleri. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(1), 51-64.
15. Kim, H.Y. (2013). Statistical notes for clinical researchers: assessing normal distribution (2) skewness and kurtosis. *Restor Dent Endod*. 38(1), 52-54.
16. Manago, B., Davis, J. L., and Carla Goar, C. (2017), Discourse in action: parents' use of medical and social models to resist disability stigma", *Social Science and Medicine*, 184, 169-177.
17. Özgökçeler, S. (2011), Özürlülere yönelik sosyal politikalar, Editör: A.Tokol ve Y. Alper, *Sosyal Politika* (pp. 264-281). Bursa, Dora Yayınları.
18. ÖZİDA. (2008). *Toplum özürlülüğü nasıl anlıyor?* Ankara: T.C. Başbakanlık Özürlüler İdaresi Başkanlığı Yayınları.
19. Şahin, H., ve Bekir, H. (2016). Üniversite öğrencilerinin engellilere yönelik tutumlarının belirlenmesi. *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 20(3), 767-779.
20. Şenel, H. G. (1996). Yetersizliği olan ve olmayan gençlerin yetersizliğe yönelik tutumlarının karşılaştırılması. *Özel Eğitim Dergisi*, 2(2), 68-75.
21. Tervo, R. C, Palmer, G., ve Redinius, P. (2004). Health professional student attitudes towards people with disability. *Clinical Rehabilitation*, 18(8), 908-915.
22. Tervo, R. C, Palmer, G., ve Redinius, P. (2004). Health professional student attitudes towards people with disability. *Clinical Rehabilitation*, 18(8), 908-915.
23. Ünal, V., ve Yıldız, M. (2017). Üniversite gençliğinin engellilere yönelik tutumlarının incelenmesi: Sivas örneği. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 57, 341-358.
24. YÖK (2023). *Yükseköğretim Program Atlası*. <https://yokatlas.yok.gov.tr/onlisans-anasayfa.php> adresinden 6 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.

43. Bölüm

Türkiye’de Bankacılık Sektöründeki Dijitalleşmenin Gelecek Perspektifi: Açık Bankacılık ve Bankacılıkta Merkezileşme

Ayşen BAKKALOĞLU¹

¹ Dr. Öğretim Üyesi İstanbul Nişantaşı Üniversitesi, İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, Ekonomi Bölümü aysen.bakkaloglu@nisantasi.edu.tr, ORCID No:0000-0002-2500-146X

ÖZET

Dijital bankacılık, bireylerin ve işletmelerin finansal hizmetlerle etkileşim biçimini yeniden şekillendirerek finansal ortamda dönüştürücü bir güç olarak ortaya çıkmıştır. Bu paradigma değişimi, finansal kurumlar ve üçüncü taraf sağlayıcılar arasında Uygulama Programlama Arayüzleri (API'ler) aracılığıyla güvenli veri paylaşımını teşvik eden bir kavram olan açık bankacılığın ortaya çıkmasıyla daha da hızlandı. Açık bankacılık, kişiselleştirilmiş hizmetler ve verimli işlemler yoluyla müşteri deneyimini geliştirmenin yanı sıra bankacılık sektörünün büyümesini teşvik etmede de önemli bir rol oynamaktadır.

Bankacılık sektörünün büyümesi ise genel ekonomik kalkınmanın temel taşıdır. Yenilikçi ürünler, kolaylaştırılmış süreçler ve artan erişilebilirlik ile karakterize edilen güçlü bir bankacılık sektörü, ekonomik büyümeye elverişli bir ortam yaratır.

Dinamik bir bankacılık sektörü yatırım, tüketim ve teknolojik ilerleme için kritik finansal kaynaklar sağlayarak ekonomik büyümeyi teşvik ettiğinden, açık bankacılık ve bankacılık sektörünün büyümesi arasındaki bu simbiyotik ilişki karşılıklı olarak birbirini güçlendirmektedir.

Sonuç olarak, dijital bankacılık, açık bankacılık ve bankacılık sektörünün büyümesinin karşılıklı etkileşimi ekonomik büyümenin arkasındaki itici güçtür. Açık bankacılığın geleneksel bankacılık uygulamalarını dönüştürme ve hizmet sunumlarını genişletme rolü, bankacılık sektörünün ekonomik faaliyeti desteklemedeki çok önemli rolüyle uyumludur. Açık bankacılık ilkeleriyle beslenen iyi işleyen bir bankacılık sektörü, dirençli ekonomiler inşa etmenin ve küresel ölçekte finansal katılımı kolaylaştırmanın ayrılmaz bir parçasıdır.

Anahtar Kelimeler: Dijital Bankacılık, Açık Bankacılık, Bankacılık, Ekonomik Büyüme

GİRİŞ

Günümüzde küresel bankacılık sektörü, dijitalleşmenin amansız dalgaları tarafından yönlendirilen metamorfik bir değişim geçirmektedir. Teknolojik yeniliklerin, değişen müşteri davranışlarının ve gelişen düzenleyici çerçevelerin bir araya gelmesi, bankacılık hizmetleri ve deneyimlerinde yeni bir paradigma ortaya çıkarmaktadır. Bu bağlamda, Türkiye'deki bankacılık ortamı bu dönüştürücü yolculuğun hem tanığı hem de katılımcısı konumundadır.

Küresel ölçekte, finans sektörü sismik bir değişim geçirmekte ve dijital dönüşümle karakterize edilen yeni bir çağa yol açmaktadır. Teknoloji, yenilikçi iş modelleri doğurmuş, müşteri etkileşimlerini yeniden tanımlamış ve finansal hizmetlerin asırlık geleneklerine meydan okuyarak geleneksel bankacılık uygulamalarının dokusuna işlemiştir (Smith, 2020). Kullanıcıların hareket halindeyken mali durumlarını yönetmelerini sağlayan mobil bankacılık uygulamalarının ortaya çıkışından, blok zinciri teknolojisi ve yapay zekanın ortaya çıkardığı karmaşık olasılıklara kadar, tüm finansal ekosistem tektonik bir değişim geçirmekte ve finansal kurumları bu dijital çağın inceliklerini yönetmeye zorlamaktadır.

Sınırların ve kıtaların ötesinde finans sektörü, geleneksel sınırları aşan bir dijitalleşme çağını başlatan sismik bir dönüşümün sancılarını yaşamaktadır. Teknolojinin bankacılık uygulamalarının dokusuna nüfuz etmesi, yeni iş modellerinin ortaya çıkmasına, müşteri etkileşimlerinin yeniden tanımlanmasına ve geleneksel finansal hizmet kavramlarına meydan okunmasına neden olmuştur (Smith, 2020). Mobil bankacılık uygulamaları aracılığıyla finansal erişimin demokratikleştirilmesinden blok zinciri teknolojisi ve yapay zekânın ortaya çıkardığı karmaşık potansiyellere kadar, tüm finansal ekosistem muazzam boyutlarda bir değişim geçirmektedir (Ağırman ve Barakalı, 2022). Dünyanın dört bir yanındaki finans kuruluşları, uyum sağlamanın yalnızca bir seçenek değil bir zorunluluk olduğu bu dijital çağın incelikleriyle yüzleşmektedir.

Küresel dijital dönüşüm dalgasının ortasında, Türkiye'nin bankacılık sektörü, bu gelişmekte olan anlatının dirençli bir kahramanı olarak ortaya çıkmaktadır. İleri görüşlü bir düzenleyici ortamla desteklenen sektör, dijital bankacılık uygulamalarının ortaya çıkması, en yeni teknolojilerin entegrasyonu ve müşteri odaklı hizmetlerin yaygınlaşması için bir tuval olmuştur. Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu (BDDK), geleneksel bankalar ile çevik FinTech yıkıcıları arasında simbiyotik bir ilişkiyi teşvik eden ve açık bankacılığın gerçekleşmesi için zemin hazırlayan düzenleyici kılavuzlarla stratejik bir senfoni düzenlemiştir (BDDK, 2017). Türkiye'nin finansal ortamı, finansal

kapsayıcılığın teknolojik inovasyonla birleştiği bir alana geçiş yaparak evrimin sancılarını yaşamaktadır.

Türkiye'nin dijital bankacılık dönüşümünün arkasındaki ivme, değişimin hızını kolektif olarak artıran karmaşık bir güçler etkileşiminden kaynaklanmaktadır. Özellikle, Türkiye'nin genç nüfusunun hâkim olduğu demografik yapısı çok önemli bir faktördür. Dijital çağda yetişen bir nesil doğal olarak sorunsuz, kullanıcı dostu ve dijital olarak sürükleyici bankacılık deneyimleri aramaktadır (PWC, 2019). Bu demografik itici güç, bankaları geleneksel bankacılık paradigmalarının ötesine geçmeye ve teknolojiyi hizmetlerinin temel bir uzantısı olarak benimsemeye itmektedir.

COVID-19 pandemisinin muazzam etkisi, dijitalleşmenin önemini daha da belirginleştiriyor. Salgının dalgaları dünyayı katederek fiziksel mesafeyi zorunlu hale getirip yüz yüze etkileşimleri kısıtladıkça, dijital kanalların vazgeçilmezliği çarpıcı bir şekilde ortaya çıkmıştır. Sağlam dijital altyapıya yatırım yapan finans kuruluşları, kendilerini benzeri görülmemiş zorlukların üstesinden gelmek için daha donanımlı bulmuş ve dijital dönüşümün aciliyetini pekiştirmiştir (Dünya Bankası Grubu, 2020). Pandemi bir hızlandırıcı görevi görerek dijital çözümlerin günlük finansal işlemlerin dokusuna entegrasyonu teşvik etmiştir.

Ancak, değişim dalgalarının ortasında, Türkiye'nin dijitalleşme yolculuğu zorluklardan yoksun değildir. İnovasyon ve mevzuata uyumluluk arasındaki hassas denge önemli bir sınav olarak ortaya çıkmaktadır. İnovasyon ilerlemeyi ve yeni hizmetleri teşvik ederken, veri gizliliği, güvenlik ve finansal istikrarı koruyan düzenleyici çerçevelerle sorunsuz bir şekilde uyum sağlamalıdır. Bu dengenin sağlanması, bankalar, fintech öncüleri ve düzenleyici otoriteler arasında devam eden bir diyalog gerektirmekte ve güveni korurken inovasyonu besleyen bir ekosistem geliştirmektedir (Dünya Bankası Grubu, 2019).

İlerleyen bölümlerde, bu çalışma Türkiye'nin dijital bankacılık dönüşümünün çok yönlü boyutlarını daha derinlemesine incelemektedir. Müşteri deneyimlerinin evrimini ortaya çıkaracak, yeni teknolojilerin entegrasyonunu inceleyecek ve ufukta beliren potansiyel aksaklıkları ve fırsatları değerlendirmeye çalışacaktır. Bu kapsamlı araştırma, Türkiye'nin dijital bankacılık dünyasına olan yolculuğunun kapsamlı bir tasvirini sunmaya çalışmaktadır.

DİJİTALLEŞME VE BANKACILIK

Dijitalleşme, bilgilerin herhangi bir teknolojik aygıt ile cep telefonu, bilgisayar, tablet vb. teknolojik araçlarla okunabilecek, düzenlenebilecek ve iş akışında kullanılabilecek biçimde dijital ortama aktarılması sürecidir.

Dijitalleşme, toplumun, işletmelerle ekonominin dijital dönüşümüdür. Analog teknolojilerin kullanıldığı endüstri çağından dijital teknolojilerle ve iş yeniliklerin kullanıldığı bilgi ve yenilik çağına geçiştir.

Dijitalleştirme kurumların, sayısallaştırılan verileri dijital teknolojileri kullanmak suretiyle iş akışlarını, iş yapma yaklaşımlarını, çalışmalarını icra eder iken kullanmış oldukları yollarla metotları aktifleştirmek, iyileştirmek ve dönüştürmek, iş işlevleriyle yaklaşımlarını, dijital, otonom, yarı otonom ve manuel operasyonların karışımı ile akıllı imalata dönüştürmektir ya da pazarlamaktır (Yankın, 2019:11).

Teknoloji alanındaki süratli değişimle artık dijital çağ yaşanmaktadır ve söz konusu dönüşüm kaçınılmaz bir durum olmuştur. Dijital dönüşüm geleceği biçimlendiren yeni bir sistemi mecburi duruma getirmiştir. Kurumlar için dijitalleşme, dijital dönüşümle gerçekleştirecek yatırımlarla söz konusu teknolojilere uyum içinde dahil olmanın mecburi şartıdır (Aksu, 2019). Kurumlarda dijitalleşme, verilerle veri kaynaklarının dijitalleşmesidir ve yönetim anlayışının, iş akışlarının dijitalleşmesidir. Kurumlar bilgileri dijital alana aktardıklarında işlemleri de dijital ortama alıp yeni bir bakışla ürün ve hizmet üretir. İşleri yapma şekli ciddi bir değişime uğrar, işlemler sistemli bir şekle dönüşür, örgütsel bellek oluşturulur ve bütün bunlara erişim kolaylaşır. Kurumlar dijitalleşmeyi gerçekleştirmek üzere mevcut durumun analizini yapıp dijitalleşme stratejisini oluşturmalıdır, başta yönetim olmak üzere bütün personeli dijitalleşmenin sağlayacaklarına ilişkin bilgilendirmelidir ve personelin dijital yetkinliklerini geliştirmelidir (Yankın, 2019: 17).

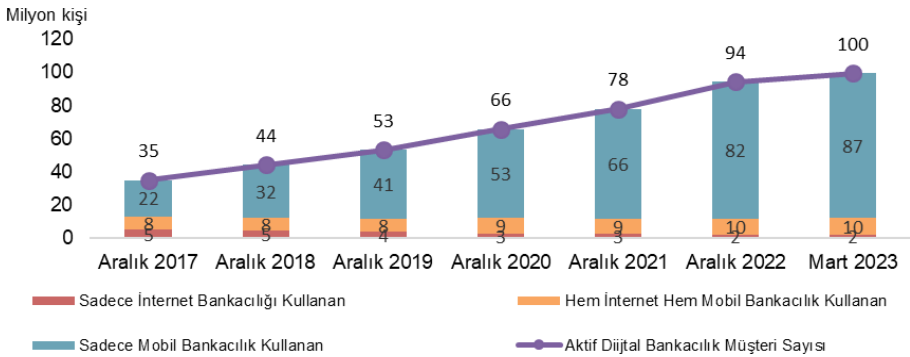
Dijital Banka Kavramı

Dijital bankalar klasik bankaların uygulamış olduğu çağrı merkezi, şube vb. fiziki hizmetlerin yanında internet protokolü (IP) tabanlı elektronik hizmetleri de kullanan işletmelerdir. Bu bankalar; elektronik hizmet kanallarını bütün işlem süreçleriyle organizasyonel yapılarında kullanıp müşterilerine personeliyle erişerek onları en üst seviyede desteklemeyi hedefler. Bunun için dijital bankalar günde milyonlarca işlemlerle müşterilere finans hizmetleri verir. Bu bankaların söz konusu işlem sıralamalarında müşterilerden aldıkları “kimlik, gizlilik, işlem, bağlamsal ve müşteri davranışı üstüne analiz bilgileri” çok ciddi boyutlardadır. Bankalar veri işleme teknolojisindeki gelişme olan Büyük Veri (Big Data) madenciliğiyle, müşterilerin işlem kayıtlarını yönetebilmektedir, kayıt altına almaktadır ve yapay zekâ algoritmalarıyla söz konusu verileri işleyip, müşterilerinin toplumsal-ekonomik davranışlarını analiz edebilmektedir (Mengülerek, 2021).

Bankaların büyük veri madenciliğiyle toplamış olduğu ve analiz ettiği bilgilerle, bankalar kitlesel boyutlara varan müşteri havuzuna erişebilmektedir ve onlara kitlesel boyuttaki kişileştirilmiş hizmetler sunabilmektedir (Köseoğlu ve Demirci, 2017). Bu sayede Büyük Veri madenciliği bankaların müşterileriyle kurdukları etkileşimleri artırıp yüksek kullanıcı tecrübesi sunmaktadır. Teknolojideki gelişimler bilgiye daha süratli ve maliyetsiz şekilde erişebilmeyi sağlar. Çağımızda, internet tabanlı teknolojilerin yaygınlık kazanması çevrimiçi ve mobil uygulamalar kullanıcıların sayısını artırmaktadır. Milyonlarca kullanıcıdan sağlanan çok büyük mobil ve çevrimiçi uygulama verileri, dijital alanda kaydedilmekte ve işlenmiş olan veriler dijital kanallarla bilgi haline getirilmektedir. Bankalar söz konusu gelişmeleri kendi altyapıları ile uyumlu hale getirip piyasada daha proaktif işleyiş elde etmektedir. Söz konusu proaktif işleyişin arkasında, dijitalleşmeyle beraber işlemlerde azalan insan gücü faktörüyle fiziki hizmet kanallarının yerine elektronik kanalların kullanılması vardır. Bu sayede, bankalar müşterilere sundukları finans hizmetlerini mekân, zaman şartı olmadan anlık, kesintisiz ve en az hatayla yapmaktadır. Finans piyasalarında söz konusu teknolojik dönüşüme; “dijital bankacılık” ve bunu yakalayarak altyapılarında hizmetlerinde kullanan bankalaraysa; “dijital banka” denmektedir (Kanuşağı, 2019).

Dijital Bankacılık Kanalları

Dijital çağda bankacılık hizmetlerinin evrimi, müşteri etkileşimlerini ve finansal işlemleri yeniden tanımlayan bir dizi kanalın ortaya çıkmasına neden olmuştur. Mobil bankacılık uygulamaları, çevrimiçi bankacılık platformları ve yapay zekâ destekli sohbet robotları bu dönüşümün ön saflarında yer almakta ve müşteriler için erişilebilirliği, kolaylığı ve kişiselleştirilmiş deneyimleri geliştirmektedir (PWC, 2019).



Grafik0.1 Alternatif Dağıtım Kanalları İstatistikleri

Kaynak: TBB, 2023

Mobil uygulamalar, kullanıcıların akıllı telefonları aracılığıyla hesaplarını yönetmelerini, işlem yapmalarını ve hizmetlere erişmelerini sağlamaktadır. Çevrimiçi platformlar fatura ödemeleri, fon transferleri ve kredi başvuruları için kapsamlı arayüzler sağlamaktadır. Yapay zekâ odaklı sohbet robotlarının entegrasyonu, gerçek zamanlı yardım ve bilgi alma olanağı sunarak müşteri desteğinde devrim yaratmaktadır (Deloitte, 2020). Bu dijital bankacılık kanalları hep birlikte bankacılık ortamını yeniden şekillendirmekte ve geleneksel fiziksel operasyonlar ile modern teknolojik gelişmeler arasındaki boşluğu doldurmaktadır.

İnternet Bankacılığı

İnternet bankacılığı, yer ve zaman kısıtlaması olmaksızın bir cep telefonu, bilgisayar, elektronik tabletle bankacılıkla ilgili hizmetlerin online olarak verilebilmesine olanak sunan bir sistemdir. Kişiler internete girebildikleri tüm noktalardan bankacılıkla ilgili hizmetlerden yararlanabilir. Bankacılıkla ilgili işlemlerin neredeyse tümü internetten yapılabilir ama söz konusu işlemler içinde nakit çekim işleminin internetten yapılabilmesi imkansızdır (Kaya ve Arslan, 2016: 425).

Telefon Bankacılığı

Telefon bankacılığı işlemlerinde bireyler, bankalardan edinmiş oldukları özel şifreyle ve ses tanımlama teknolojisiyle, müşteri temsilcisine bağlanmakta veya tuş komutlarıyla telefonları üstünden bankacılık işlemlerini yapmaktadır (Kargın, 2006). Dijital bankalar “çağrı merkezi, Sesli Yanıt Sistemi (Interactive Voice Response)” hizmetlerini kullanmak suretiyle şube ihtiyacı olmaksızın 24 saat elektronik ortamda finans hizmetleri verebilmektedir. Bankalarca alternatif hizmet dağıtım kanalı şeklinde kullanılmakta olan telefon bankacılığı; “şube merkezi, çağrı ve iletişim merkezi vb.” farklı işlevlere sahiptir. Telefon bağıntılı kanalları kullanmak suretiyle bankacılık işlemlerini yapmak isteyenler; daha önce tanımlanan sesli adımları takip edip kimliklerini tanımlamakta ve doğrulamaktadır. Bu sayede kullanıcılar telefonlarıyla bankacılık işlemlerini güvenli bir biçimde yapmaktadır (Demirel, 2021).

Mobil Bankacılık

Mobil bankacılık, mobil telefon ile dijital kişisel yardımcılarla müşterilerin banka ile etkileşime girdiği bir kanaldır. Cep telefonlarının yaygınlaşması ile mobil bankacılık da yaygınlık kazanmıştır. Önceden SMS bankacılığı yahut WAP bankacılığının bulunduğu mobil bankacılık işlemleri çağımızda cep telefonlarıyla pek çok işlemin rahatça ve süratli bir biçimde yapılmasına olanak

tanımaktadır. Mobil bankacılığın potansiyel avantajları olduğu için bankalar tarafından çok süratli bir biçimde benimsenen bir kanal olmuştur (Seyrek ve Akşahin, 2016:49).

ATM (Automated Teller Machine) Bankacılığı

Dünyada ilk kez 1967 yılında İngiltere’de Barclays Bank’ın kullandığı ATM’lerin ülkemize girişi 1982 yılında olmuştur (Demirel, 2017). Teknolojideki iyileşmelere dayalı olarak, ATM’lerin verdiği hizmetler de zaman içinde değişmiştir. İlk ATM’ler sadece müşterilerin vezne kısmına uğramaksızın hesabından nakit alabilmesini sağlar iken, çağımızda birçok bankacılık hizmeti ATM’lerle yapılmaktadır. Vezne işlemlerinin süresinin en aza indirilmesi, bankacılık hizmetlerindeki maliyetlerin de ciddi şekilde düşmesini sağlamıştır. Günümüzde ATM’ler birçok hizmeti bir arada verebilecek durumdadır. Müşteriler ilk defa kendi kimliğini doğrulamalarının ardından para yatırma, para çekme, havale, döviz alım ve satımı, fon, hazine bonusu alım-satımı, repo vb. işlemleri; menkul kıymet işlemleri, hesap bakiyesi ve hesap hareketi sorgulama vb. işlemleri yapmaktadır.

1.1. Dijital Bankacılık Uygulamaları

Dijital bankacılık hizmet kanalları, günümüzde birçok önemli teknolojik gelişmeyle birlikte yeni uygulama alanlarında kendine yer bulmaya başlamıştır.

Yapay Zekâ Teknolojisi

Yapay Zekâ insanlarca programlanmaktadır ve programlandığı biçimde neticeler sunmaktadır (Gözcü, 2021). Gündelik yaşamda sıkça karşılaşılan sohbet uygulamaları genel olarak yapay zekayla çalışır. İnsanlarca müşterilerden gelen ana sorulara hangi cevapların verilmesi gerektiği daha önce belirlenir, yapay zekâ da daha önce tanımlandığı biçimde konuşmalara yön verir. Yapay zekanın bir alt kolu olan makine öğrenmesiye verilerin müşterek özelliklerine bakıp kendi kendine öğrenir ve insanlarca öğretilmesine gereksinim hissetmeden kendisine tanımlanmayan neticeleri de verebilir (Atalay ve Çelik, 2017).

Mesela bir makinenin bir çiçek resminin ne olduğunu anlayabilmesine yönelik olarak makineye önceden binlerce farklı çiçek resmi gösterilmektedir ve makine söz konusu resimlerin müşterek özelliklerini belirleyip ona gösterilen bir resmin bir çiçek olup olmadığına karar verebilmektedir. Yani yapay zekanın eğitilmesine yönelik olarak gerekli olan insan kaynağı gereksinimini de yok eder.

Hizmet sektöründe faaliyette bulunan öteki firmalar gibi bankalar da söz konusu teknolojilerle müşterileri ile alakalı çok farklı kaynaklardan toplamış oldukları bilgileri anlık olarak işleyip müşterilerin gereksinimlerine odaklanmış olan çözümler üretmektedir. Müşterilerin mobil uygulama kullanma alışkanlığını, yatırımla harcama alışkanlığını bilen ve bunu doğru şekilde analiz eden bir banka doğru vakitte doğru aksiyonları alıp bir taraftan müşterilerin memnuniyetini artırırken bir taraftan da ürünlerin ve hizmetlerin satışlarını artırabilir. Ayrıca, yeni teknolojilerle iş akışlarını iyileştirip, devamlı olarak yinelenen işlerin yazılımlarla yapılmasını temin edip insan kaynaklarını operasyonel işlemlerden çok müşteri memnuniyetiyle satış hacmini artırmaya olanak sunacak sahalara kaydırma imkanını yakalamaktadır. Söz konusu teknolojileri tercih eden şirketlerse rekabette öne çıkar.

Blok Zincir

Block zincir, merkezi olmayan değiştirilemez veri depolama sistemine sahip ve büyük defter yapısından oluşur (Ünal ve Uluyol, 2020). Bu teknoloji çağımızda birçok alan için dönüşüm fırsatıdır. Bu teknolojinin bankalarla banka müşterileri bakımından sunduğu en önemli fayda işlemlerin güvenilir ve saydam bir şekilde yapılmasını temin etmesidir (Arman ve Kundakçı, 2022). Başka bir ifade ile blok zincir, bankacılıkla ilgili işlemlerin güvenlik düzeyini artırılabilir ve böylece bilgiler korunabilir. Söz konusu teknolojinin sunacağı diğer fayda bankalar bakımından işlemlerin daha süratli yapılabilmesinin yanında işlemlerin maliyetlerinin azaltılmasıyla bankacılık ürün ve hizmet çeşitliliğinin artırılarak bankalar için yeni gelir kaynakları sunmasıdır (Arman ve Kundakçı, 2022). Blok zincir teknolojisiyle çağımızda bireysel bankacılıkla ilgili işlemlerin dışında ticari bankacılık işlemleri de akıllı sözleşmelerle (smart contract) dijitalleşmektedir (Özmerdivanlı, 2020).

Big Data

Big Data (Büyük Veri), teknolojinin ilerlemesiyle ve kullanım sahalarının artmasıyla kendini göstermiştir (Yankın, 2019). Bir bilgisayarın belleğinde çok fazla yere sahip olan fotoğraf arşivlerini, sosyal medya paylaşımlarını, devamlı olarak kaydedilen ‘log’(kayıt) dosyalarıyla bunun gibi pek çok kaynaktan alınan verilerin anlamlı ve işlenebilir duruma dönüştürülmüş şeklidir (Orka, 2017).

Büyük veri teknolojilerinde iş zekasındaki tanımlayıcı istatistiklerden çok doğrusal olmayan sistem modellemeleri kullanılıp değişik veri kümelerinden doğrusal olmayan ilişkilerle regresyonlar çıkarılabilir. Müşterilerin memnuniyeti ile direkt olarak ilgili olan bankacılık sektörü de söz konusu kavramdan en fazla yararlananlardan biridir. Veri çeşitliliğiyle boyutunun çok

olduğu bu alanda bilgiye erişimle yönetim doğru analizler ile kolaylaştırılabilmektedir.

Bankalarda pazarlamayla ürün geliştirme birimlerinin sınırlı bilgi erişimlerinden dolayı, müşterilerin gereksinimleri daha önce hesap hareketlerinin takibiyle segmentasyon vb. klasik yöntemler ile analiz edilmekteydi. Fakat büyük veri teknolojileriyle artık bankalar bir akıllı telefon uygulamasıyla, müşteri olup olmaması fark etmeden, bireylerin gündelik aktivitelerini izleyip hayat tarzı skoru modeli çıkarabilmektedir (Yankın, 2019).

Nesnelerin İnterneti

Bu teknoloji belli bir fiziki nesneyi internete bağlayıp sensörler üstünden iletişime geçmeyi, veri toplamakla verileri öteki taraflar ile paylaşmayı temin eden teknolojidir. Bu teknoloji ile insanlar, kişisel nesnelere uygulama yazılımlarıyla erişebilmektedir ve nesneleri gündelik hayatlarına senkronize edip uzaktan kullanabilmektedir. Mesela; kullanıcılar cep telefonu uygulamalarıyla kapıları kilitleyebilmektedir, otomatik alarmı devreye sokabilmektedir, evin sıcaklığını uzaktan kontrol edebilmektedir (Eren, 2020).

Bu teknoloji, çağımızda milyarlarca nesneyi Wifi veya Bluetooth ile internete veya birbirine bağlayıp bilgi paylaşımına imkân vermektedir. Bu teknoloji akıllı şehir planlaması, doğal afet önleme sistemleri, akıllı ev sistemleri, sağlık hizmetleri, endüstriyel üretimde, enerji, haberleşme, lojistik, finans tarım ve hayvancılık üretiminde vb. pek çok alanda verimlilikle etkinlik artışı sağlamaktadır (Zeybek, 2018).

Bilhassa finans teknolojisi sahasında faaliyette bulunan firmalar, nesnelerin internetinden faydalanarak kullanıcılara ilişkin anlık veriler elde etmektedir. İnternete bağlı nesnelerden sağlanan veriler işlenip, kullanıcıların davranışları ve tercih tutumlarına ilişkin bilgilere dönüşmektedir (Eren, 2020).

Robo-Danışmanlar

Müşterilerin sorunlarını anlamak, analiz etmekle çözmek üzere bilişsel bilgi işlem kullanan internet tabanlı finans danışmanı programıdır. Evvela alt ve orta seviyede gelir elde eden yatırımcıların seçtiği daha az maliyete sahip bir çözümdür. Daha önce bir finansal danışmanla çalışabilmenizden minimum 500.000 ABD dolarlık bir yatırımınızın olması lazımdı. Danışmanın, anaparanız veya elde edilecek karlardan alacağı yüzde düşünüldüğü zaman önemli bir fark meydana gelecektir fakat artık daha az yatırımları daha düşük ücretlerle yönetebilecek Robo-danışmanlar vardır (Bayram, Sönmezler ve Gündüz, 2022).

Otomatik portföy yönetimini temin eden Robo-danışmanlar fon yönetimine bir finansal danışmanın müdahale etmesine gerek kalmamasını temin ederek

daha düşük maliyet ile ve daha kısa zaman içinde yatırımcıların taleplerinin karşılanmasında yardım etmektedir (Bulut ve Akyüz, 2020).

Klasik bankacılık sektörünün temsilcileriye, Mint, Betterment, Robinhood vb. müteşebbislerin öncülük ettiği söz konusu teknolojiyen faydalanmak üzere adım atmaya başlamıştır. Bu sayede söz konusu bankalar, robo-danışmanlarla bir endüstri olmaya başlayan “varlık yönetimi” sahasında rekabet edebilir duruma gelmiştir ve herhangi bir “insan” finans danışmanına gereksinim hissetmeden özel müşterileri için özel çözümler üretmeye başlamıştır.

AÇIK BANKACILIK

Çağımızda, veri paylaşımı Application Programming Interface (API) ara yüzü üstünden yapılmaktadır. API üstünden veri paylaşımı üç şekilde yapılmaktadır; verileri topluma açık paylaşma, paydaşlar ile paylaşma veya örgüt içi veri paylaşımı (Kallinikos, 2019; Avkiran, 2020).

API uygulamaları arasında veya sınırlandırmalar çerçevesinde üçüncü kişilere veri akışını/transferini imkanı hale getiren bir ara yüzdür. Veri paylaşımını kolaylaştıran API arayüzüyle, finans hizmeti sağlayanlar dağıtım kanallarının kalitesini artırmaktadır (Goktaş ve Doğan, 2019).

Açık bankacılık hizmeti: bankaların müşterilerden aldığı kimlik tanımlama, hesap ve işlem bilgisi vb. finans bilgilerini daha gelişmiş hizmetler sunmak için üçüncü taraf finans kurumlarıyla paylaşmasıdır. Bankalar API ara yüzüyle üçüncü taraflara paylaşımları için sunmuş olduğu bilgilerle iş birliği yapıp, daha uygun maliyetle, daha kaliteli ürünlerle hizmetler sunmayı hedeflemektedir (Carrascal ve Palacio, 2020; Lepoutre ve Heine, 2020).

Bunun yanı sıra açık bankacılık hizmeti, bankanın müşterilerinin API ara yüzü üstünden öteki finans kurumlarındaki bilgilerine tek bir hesaptan erişme olanağı vermektedir (Vos ve Haaker, 2019). Söz konusu bilgi paylaşımının neticesinde, banka ve banka dışı finans kurumları (FinTech) arasında rekabetler artmaktadır ve kurumlar müşterilerin gereksinimleri çerçevesinde daha bireyselleştirilmiş hizmet teklifleri sunmaktadır. Müşteriler çeşitlenmiş olan ürünlerle hizmetler arasından kendisine en uygun teklifi seçebilmektedir ve bireyselleştirilmiş finans ürünleriyle gereksinimlerini daha uygun maliyetler ile karşılayıp memnuniyet sağlamaktadır (Kuo ve Hsu, 2019; Carrascal ve Palacio, 2020).

Bankalarla banka dışı finans kurumları arasında rekabeti denetlemek ve kurumlar arası bilgi paylaşımına belli standartlar getirip denetlenebilirliği temin etmek için farklı kanuni düzenlemeler yapılmaktadır. Söz konusu kanuni düzenlemelerin en somut örneği; 2016 senesinde, AB’ye üye ülkeler arasında daha aktif, güvenli, devam ettirilebilir bir ödeme sistemini oluşturmak için

yapılan “Payment Service Directive 2 (PSD2)” yönetmeliğidir (Ruparel ve Ashwin, 2019).

Bu yönetmelikle beraber, onayı alınmış olan bankaların müşterilerinin finans bilgileri banka dışı öteki hizmet sağlayıcılarının erişimine açılır. Bankaların halihazırdaki müşterilerinin finans bilgilerini paylaşma mecburiyeti, teknolojik altyapısı bulunan FinTech firmaları karşında rekabet gücünü azaltmaktadır. FinTech firmaları bankalar gibi ağır düzenlemelere ihtiyaç duymadan finans piyasalarına erişebilmekle beraber, bankaların altyapılarıyla müşterilerinin bilgilerinden kolay bir biçimde faydalanabilmektedir. Bu durumun neticesinde daha kişileştirilmiş, daha çeşitli finans hizmetleri verebilen FinTech firmaları, müşterilerin seçimlerini etkilemektedir ve bankaların gelir kaynaklarını azaltmaktadır (Capgemini, 2019).

Finans Teknolojisi Şirketleri (FinTech)

Temelde finans teknolojisi firmaları, yeni ve geliştirilmiş finans hizmetleri sunmak üzere teknolojiyi kullanmaktadır. “Finansal İstikrar Kurulu” (FSB) Fintech'i finans hizmetlerinin sağlanması üstünden önemli bir tesiri bulunan yeni iş yaklaşımları, uygulamalar, prosesler ya da ürünler ile ortaya çıkabilecek teknolojik bakımdan aktif bir yenilik şeklinde tanımlamıştır (Fintech Circle Institute, 2021). Finans hizmetleriyle bilgi teknolojisi arasındaki etkileşime karşın “Fintech” konusu yeni değildir. Fintech'lerin tarihi gelişimi 3 değişik dönemde incelenebilir. Fintech 1.0, 1866 ile 1967 yıllarını içermektedir (Tölle vd., 2020). Bu dönemde telgrafın tanıtımıyla 1866'da ilk başarılı Transatlantik kablunun döşenmesi XIX. asrın sonunda finansal globalleşmenin ilk önemli dönemi için temel altyapıyı sunmuştur. Fintech 2.0, 1967 ile 2008 yıllarını içermektedir. Bu dönem, elektronik ödemeye ve takas sistemleriyle ATM'lerle çevrimiçi bankacılığın kullanıldığı bir devirdir. Fintech 3.0 da 2008'den bugüne dek süren aşamadır (Fintech Circle Institute, 2021). Finans sistemini sistemik çöküşe uğratan 2008 global krizi Fintech'lerin kapsadığı sahalar genel olarak; kredi, mevduat ve sermaye artıran hizmetler, dijital paralar da dahil olmak üzere ödemeler, takas ve uzlaştırma hizmetleri, yatırım yönetimi hizmetleriyle sigortadır. Fintech 3.0'ın dönüm noktasıdır. Çünkü 2008 global krizinin en mühim sonuçlarından biri de bankaların itibarını yitirmesidir. 2008 global krizinin ardından Fintech'ler klasik bankacılığın rakibi olarak en süratli gelişen girişimcilik sahalarından birisi olmuştur (Capgemini, 2019).

API Güdümlü İnovasyon: Finansal Yönetimin Yeniden Tanımlanması

Açık bankacılığın temel taşı, finansal verilerin sorunsuz alışverişini kolaylaştıran API odaklı yaklaşımında yatmaktadır. Bu temel, finansal bilgilerin

birbirine bağlılığından yararlanan bir dizi uygulamanın ortaya çıkmasını sağlamıştır. Hesap ayrıntılarına, işlem geçmişlerine ve ödeme başlatmaya API tabanlı erişim, müşterilerin farklı hesaplar ve kurumlar arasında mali durumlarını zahmetsizce yönetmelerini sağlayan hizmetlerin ortaya çıkmasına yol açmıştır. Özellikle, bu uygulamalar coğrafi sınırları aşmakta ve müşterilere finansal ortamlarının bütünsel bir görünümünü sunmaktadır (European Banking Authority, 2019). Dahası, açık bankacılık ile güçlendirilen kişisel finans yönetimi uygulamalarının oluşturulması, kullanıcıları finansal refahları hakkında kapsamlı bilgilerle güçlendirerek bilinçli karar verme ve verimli planlama olanağı sağlar (Ruparel ve Ashwin, 2019; Tölle vd., 2020).

Ödeme İnovasyonunu Katalize Etmek: P2P Ödemeler ve Mobil Cüzdanlar

Açık bankacılık, işlem süreçlerini yeniden tanımlayan yenilikçi ödeme çözümlerinin geliştirilmesini de teşvik etti. Bir zamanlar hantal süreçlerle sınırlı olan eşler arası (P2P) ödemeler, hızlı ve sürtünmesiz işlemlere dönüşmüştür. Açık bankacılık API'leri tarafından etkinleştirilen P2P ödeme uygulamaları, kullanıcılara sorunsuz bir şekilde para transferi yapma, faturaları bölüşme ve harcamaları kişilerle paylaşma olanağı sunuyor. Buna ek olarak, mobil cüzdanlar açık bankacılık uygulamaları olarak önem kazanmış, kullanıcıların akıllı telefonlarını kullanarak ödeme yapmalarına olanak tanıyarak işlemleri basitleştirmiş ve fiziksel ödeme yöntemlerine olan bağımlılığı azaltmıştır. Bu yenilikler yalnızca finansal etkileşimleri kolaylaştırmakla kalmıyor, aynı zamanda kullanıcı rahatlığını ve güvenliğini de artırıyor (Accenture, 2020).

İş birliği ve Sinerji: Geleneksel Kurumlar ve Fintech Girişimleri

Açık bankacılık, iş birliğine dayalı inovasyon için bir katalizördür. Geleneksel finans kurumları ile çevik fintech girişimleri arasında köprü kuran açık bankacılık, sinerji ortamını teşvik eder. Yerleşik finans kuruluşları hizmet portföylerini geliştirmek için startup'ların teknolojik becerilerinden yararlanırken, startup'lar da yerleşik kuruluşların müşteri tabanına erişim kazanıyor. Bu simbiyotik ilişki, farklı müşteri ihtiyaçlarını karşılayan yeni finansal ürünlerin yaratılmasına yol açmıştır. Örneğin geleneksel bankalar, eşler arası borç verme veya mikro krediler gibi yenilikçi borç verme çözümleri sunmak için fintech platformlarıyla ortaklık kurarak finansal kapsayıcılığı ve çeşitliliği artırabilir (McKinsey & Company, 2019).

İnovasyon ile Düzenlemenin Dengelenmesi: Veri Gizliliği ve Rıza

Açık bankacılık uygulamalarının yaygınlaşması, inovasyon ve mevzuata uygunluk arasında hassas bir denge kurulmasını gerektiriyor. Müşteri verileri

platformlar arasında paylaşıldıkça, veri gizliliği ve güvenliği ile ilgili endişeler ortaya çıkmaktadır. Düzenleyici kurumlar ve sektör paydaşları, veri koruma ve müşteri rızasını sağlamak için sağlam çerçevelerle yanıt verdi. Avrupa'da, Revize Ödeme Hizmetleri Direktifi (PSD2), açık bankacılık operasyonlarında veri güvenliği ve müşteri koruması için sıkı önlemler alınmasını zorunlu kılmaktadır (Avrupa Parlamentosu, 2015). Bu düzenleyici çerçeve müşteri güvenini korumakta ve açık bankacılık uygulamalarının sorumlu bir şekilde geliştirilmesini teşvik etmektedir.

Sonuç olarak, açık bankacılık uygulamaları, finans sektöründe veri paylaşımı ve iş birliğine dayalı inovasyonun dönüştürücü potansiyelini örneklemektedir. API odaklı inovasyon, gelişmiş ödeme çözümleri ve geleneksel kurumlar ile yeni girişimler arasındaki sinerjik ortaklıklar sayesinde, açık bankacılık yalnızca finansal deneyimi yeniden tanımlamakla kalmamış, aynı zamanda çeşitli finansal ürün ve hizmetlerin geliştirilmesine de katalizör olmuştur. Açık bankacılık ortamı gelişmeye devam ettikçe, inovasyon, düzenleme ve müşteri güveninin kesiştiği noktalarda gezinmek, finansal hizmetlerin geleceğini şekillendirmede çok önemli olmaya devam edecektir (Kallinikos, 2019).

Açık Bankacılık Hakkındaki Çalışmalar

Çağdaş finans alanında, açık bankacılığın ortaya çıkışı, yenilikçi bir bankacılık sistemi getirerek derin bir değişim başlatmıştır. Bu durum bizi, açık bankacılık konusuna adanmış sınırlı sayıda çalışmayı ortaya çıkardığımız literatürü araştırmaya sevk etmiştir. Mevcut çalışmalar ağırlıklı olarak açık bankacılığın çeşitli ülkelerdeki gelişim seyri, finansal süreçlerde kullanılan stratejik yaklaşımlar ve bu yeni bankacılık sistemini çevreleyen yasal yorumlar etrafında dönmektedir.

Yenilikçi Perspektifler ve Farklı Anlayışlar

Wang, Ma, Dai ve Imran (2020), blok zinciri tabanlı veri gizliliğine dayanan ve Dürtme Teorisi ilkeleriyle iç içe geçmiş bir model oluşturarak açık bankacılığın inceliklerini çözmeye çalışmışlardır. Araluze (2020) İspanya'da derinlemesine bir analiz gerçekleştirerek açık bankacılık modelini benimsemenin ardındaki itici gücün piyasa rekabetinden mi yoksa müşterilerin gerçek ihtiyaçlarından mı kaynaklandığını ortaya koymuştur. Taştan ve Saruhan (2020), açık bankacılık, Türk yasal çerçevesi ve AB'nin Genel Veri Koruma Yönetmeliği'nin yakınsamasının ortaya çıkardığı yedi yasal ikilemi inceleyerek yasal manzarayı araştırmıştır. Rastogi, Sharma ve Panse (2020), açık bankacılık ile ekonomik büyüme arasında bir ilişki kurmak için ankete dayalı bir metodoloji kullanmış ve bulgularını En Küçük Kareler Yöntemi merceğinden

açıklamıştır. Bu arada, Hsieh (2019) Tayvan'da açık bankacılığın gelişim aşamalarını ortaya koymuş, açık verilerden açık API'lere ve nihayetinde kapsamlı bir açık ekosisteme doğru evrimi tanımlamıştır.

Stratejik İş birlikleri ve Teknolojik Ufuklar

Aksoy ve Bilgel (2019), bankacılık kurumları ile Fintech kuruluşları arasındaki sinerjik potansiyeli ve bunun stratejik hedefler ve teknolojik ilerlemeler üzerindeki etkilerini tartışarak Türkiye'nin bankacılık sektörünü derinlemesine incelemiştir. Hindistan'da Sivathanu (2019), açık bankacılığın sonuçlarını "Teknolojiye Hazırlık ve Kabul" modeli merceğinden inceleyerek, açık bankacılık uygulamalarını çevreleyen iyimserliği açıklığa kavuştururken, güvenlik risklerinin yaklaşan gölgesinin altını çizmiştir. Açık bankacılık uygulamalarının bankacılık sektörünün hizmet dağıtımını ve maliyet yapısını yeniden şekillendirme potansiyeli Kartal ve Zengin (2019) tarafından dikkatle incelenmiş ve yeni bütünleşmiş kanallar aracılığıyla finansal hizmetlerin artırılması öngörülmüştür. Rusya'da Kolobova, Mokhnitskaya, Sidorova ve Skorokhod (2018) açık bankacılığın evrimini titiz bir şekilde araştırmış ve sonuçlarının anlaşılmasına derinlik katmıştır.

Düzenleme ve Uygulama Üzerine Düşünceler

Omarini (2018), Banco Bilbao Vizcaya Argentaria'nın (BBVA) girişimlerini bir vaka çalışması olarak inceleyerek bankacılık sektöründe fintech ve açık bankacılık uygulamaları arasındaki karmaşık etkileşimi araştırmıştır. Ayrıca Zachariadis ve Özcan (2017), istatistiksel analiz ve derinlemesine görüşmelerin bir sentezi yoluyla Avrupa Birliği ve Birleşik Krallık'taki açık bankacılığın pratik uygulamalarını incelemeyi önce API'lerin özünü incelemiştir. Açık bankacılığın yasal kapsamına giren araştırma külliyatı henüz yeni olmasına rağmen, KPMG (2017) ve Deloitte (2017) gibi bazı çalışmalar, Revize Ödeme Hizmetleri Direktifi (PSD2) tarafından öngörülen yükümlülüklerle değişmektedir. Niteliksel olarak, Avrupa Komisyonu (2017), yenilikçi elektronik ödeme hizmetleri üzerindeki etkilerini göz önünde bulundurarak PSD2 tarafından belirlenen teknik standartlarla ilgilenmektedir. Avrupa Bankacılık Otoritesi (EBA) (2017), PSD2'nin ana hatlarını düzenleyici bir perspektiften aydınlatarak yol gösterici bir fener görevi görmektedir. Gün (2019), hem Avrupa'da hem de Türkiye'de açık bankacılığın etkilerini ve gelecekteki beklentilerini inceleyen derinlemesine bir yasal analiz sunmaktadır.

Özetle, açık bankacılık uygulamaları alanı, finans alanındaki dönüşümün odak noktası olarak ortaya çıkmaktadır. Yenilikçi mercekler, stratejik ortaklıklar ve yasal bir bakış açısıyla açık bankacılık, teknoloji, düzenleme ve

müşteri ihtiyaçlarını iç içe geçiren bir içgörü yelpazesi sunarak finansal hizmetleri şekillendirme potansiyelini ortaya koyuyor.

Açık Bankacılığın Sunduğu Fırsatlar ve Tehditler

Açık bankacılık kavramı, çeşitli paydaşlara bir dizi avantaj sunarak finans dünyasında bir paradigma değişimine yol açmıştır (Özmen, 2019). Bu dönüştürücü yaklaşım, geleneksel bankacılık süreçlerinin derinlemesine yeniden tasarlanmasını tetiklemiş ve finansal manzarayı yeniden şekillendirmeyi vaat eden bir dizi fayda sunmuştur.

Gelişmiş Kredi Erişimi ve Kişiselleştirilmiş Teklifler

Açık bankacılığın birincil avantajı, müşterilerin daha uygun kredi oranlarına erişmesini sağlayan üçüncü taraf uygulamalarını kolaylaştırmasında yatmaktadır. Mevcut krediler sorunsuz bir şekilde sürece entegre edilir ve müşterilere sorgulamaya gerek kalmadan önceden onaylanmış teklifler sunulur. Bu kolaylaştırılmış yaklaşım, müşteri odaklı bir deneyimi teşvik ederek proaktif katılımı desteklerken daha iyi finansal koşullar için potansiyel sunuyor (Vos ve Haaker, 2019).

Bütçe Yönetimi ve Harcama Kontrolünün Güçlendirilmesi

Açık bankacılık, titiz bütçeleme ve harcama yönetiminin önünü açıyor. Bireysel ve kurumsal kullanıcılar aylık harcamalarını segmentlere ayırarak kapsamlı bir bütçeleme yaklaşımını kolaylaştırabiliyor. Bu dijital ekosistem, kullanıcıların harcama kalıplarını zahmetsizce izlemelerine olanak tanıyarak potansiyel aşırı harcama durumlarında uyarılar sunar. Sonuç, sorumlu finansal davranışı teşvik eden güçlendirilmiş bir finansal yolculuktur (Vos ve Haaker, 2019).

Kişiselleştirilmiş Finansal Ürünlere Kesintisiz Erişim

Üçüncü taraf yazılımların açık bankacılık ile entegrasyonu, müşterilere kişiselleştirilmiş finansal çözümlere açılan bir kapı sunar. Müşteriler, finansal verilerini paylaşarak kendilerine özel teklif ve hizmetlere erişebilirler. Örneğin, mevduat faiz oranları hakkında bilgi almak için bir dizi banka arasında gezinmek yerine, müşteriler artık birleşik bir arayüz aracılığıyla teklifleri zahmetsizce karşılaştırabilir. Bu da müşterilerin bilinçli kararlar vermesini sağlayarak finansal tercihlerini optimize eder (Kallinikos, 2019).

Daha Düşük Faiz Oranları ve Kolaylaştırılmış Süreçler

Açık bankacılığın ortaya çıkışı, daha düşük faiz oranlarıyla kredi sağlama vaadini taşıyor ve kredi alma biçiminde devrim yaratıyor. Faiz bilgisi için banka temsilcileriyle görüşme veya telefonla sorgulama şeklindeki geleneksel süreç tarihe karışmaya hazırlanıyor. Açık bankacılık, kredi başvuru sürecini kolaylaştırarak zaman alan etkileşimlerin önündeki engelleri ortadan kaldırıyor ve benzeri görülmemiş bir kolaylık getiriyor (Carrascal ve Palacio, 2020).

Bilgilendirilmiş İş Kararları Alma ve Gelişmiş Verimlilik

Başta KOBİ'ler olmak üzere ticari kuruluşlar, açık bankacılığın işletme sermayesini tahmin etme ve stok seviyelerini ödeme ve tahsilat koşullarına göre optimize etme potansiyelinden faydalanabilir. İşletmeler, paylaşılan verilerden yararlanarak ideal kredi tutarlarını hesaplayabilir veya gereken vadeli mevduat hacmini öngörebilir. Bu, işletmeler için ihtiyatlı bir finansal planlama ve karar verme döneminin habercisidir (Özmen, 2019).

Müşteri Odaklı Rekabeti ve Özelleştirmeyi Teşvik Etmek

Açık bankacılık, bankacılık sektöründe sağlıklı rekabet için bir katalizör görevi görür ve sonuçta müşterilere fayda sağlar. Bankalar, finansal verileri paylaşarak tekliflerini müşteri tercihlerine uygun hale getirebilir ve bireysel ihtiyaçları karşılamak için benzersiz bir şekilde tasarlanmış bir dizi avantaj ve hizmet sunabilir (Özmen, 2019).

Maaş Ödemelerinde ve Uluslararası İşlemlerde Devrim

Açık bankacılığın etkinliği, düzenli çalışanlar için maaş ödemelerini kolaylaştırmaya kadar uzanıyor. Özellikle fintech uygulamaları, kullanıcıların maaşlarını belirlenen tarihten bir gün önce almalarını sağlıyor. Ayrıca, düzenli maaşlar uluslararası olarak uzatıldığında, fintech uygulamaları bireylerin kazançlarına önceden erişmelerini sağlar (Özmen, 2019).

KOBİ'ler için Fırsatlar

KOBİ'ler, düzenli satın alma alışkanlıklarına göre potansiyel indirimlere erişim sağlamak için açık bankacılığın gücünden yararlanabilir. Örneğin, bir banka son beş yıl içinde önemli miktarda ofis malzemesi harcaması yapan işletmelere indirim sunabilir. Bu kişiselleştirilmiş yaklaşım, bireysel işletme ihtiyaçlarını karşılayan finansal teşvikleri ve iş birliklerini teşvik eder (Vos ve Haaker, 2019).

Finansal İşlemleri ve Ödemeleri Otomatikleştirme

Açık bankacılığın fintech uygulamalarıyla entegrasyonu hem bireyler hem de işletmeler için finansal işlemleri kolaylaştırır. API'ler kullanılarak vergi kesintilerinin hesaplanması, kira ödemeleri için fon ayrılması ve diğer işlemler otomatik hale getirilir. Bu da manuel müdahalelere olan ihtiyacı ortadan kaldırarak sorunsuz ve verimli bir finansal yolculuk sunuyor (Özmen, 2019; Vos ve Haaker, 2019).

Zorluklar ve Olası Tehditler

Avantajlarının çokluğuna rağmen açık bankacılık hem finans kurumlarının hem de fintech kuruluşlarının ele alması gereken zorlukları da beraberinde getiriyor. Bu endişeler arasında en önemlisi gizliliklidir. Güvenlik ihlalleri ve siber saldırılar gibi güvenlik açıkları yeterince ele alınmazsa, hem bankaların hem de fintech platformlarının güvenilirliği tehlikeye girebilir. Revize Ödeme Hizmetleri Direktifi (PSD2) düzenlemelerinin yürürlüğe girmesi, API'ler aracılığıyla sağlam güvenlik önlemleri sağlayarak bu endişeleri gidermek için yasal bir çerçeve sunmaktadır (Phaneuf, 2019; (Vos ve Haaker, 2019).

Dünyada ve Türkiye’de Açık Bankacılığa İlişkin Yasal Düzenlemeler

Bankacılık sektörünün küreselliği, açık bankacılık uygulamalarına dair yasal düzenlemelerin birçok farklı ölçekte tamamlanmasını gerektirmektedir. Bu bölümde dünyada ve Türkiye’de bu konuda atılan adımlara yer verilmiştir.

Dünyada Atılan Adımlar

Avrupa Birliği tarafından 2007 yılında yürürlüğe konan ve tüm üye ülkelerde uygulanan Ödeme Hizmetleri Direktifi'nin (PSD) ortaya çıkmasıyla birlikte finansal teknoloji alanında çok önemli bir dönüm noktası yaşandı. Bu direktif, ödeme hizmetleri alanında dönüştürücü bir değişimin temelini attı. Ardından 2009 yılında Avrupa Birliği, Norveç, İzlanda ve Lihtenştayn ile, 2007/64 sayılı Avrupa Birliği Ödeme Hizmetleri Direktifi (PSD1) kapsamında bankacılık sektörüne rakip olabilecek ödeme hizmeti sağlayıcıları için bir çerçeve oluşturdu. Bu stratejik direktif, kuruluşların ödeme alanına girmesinin önünü açmıştır (Açık Bankacılık Uygulama Kurumu, 2018).

Evrin ve Zenginleşme: PSD2'nin Gelişi

Bu çerçeve üzerine inşa edilen revize Ödeme Hizmetleri Direktifi 2'nin (PSD2) yürürlüğe girmesi önemli bir dönüm noktası olmuştur (Avrupa Bankacılık Otoritesi, 2017). Ocak 2016'da yürürlüğe giren PSD2, yeni bir açık bankacılık dönemini başlatmış ve iki yeni hüküm getirmiştir: Ödeme Başlatma

Hizmetleri (PISP) ve Hesap Bilgi Hizmetleri (AISP). Bu yenilikler, farklı ödeme kurumları arasında ödeme emirlerinin başlatılması ve birden fazla hesapla ilgili konsolide çevrimiçi bilgilerin sağlanması ile kullanıcıları güçlendirmeyi amaçlamıştır (PWC, 2019).

Birleşik Krallık: Finansal İnovasyonun Öncüsü

Birleşik Krallık, özellikle açık bankacılık alanında finansal yeniliklerin öncüsü olarak öne çıkmaktadır. Avrupa Birliği döneminde hem PSD1 hem de PSD2'nin uygulanması dönüştürücü bir değişime yol açtı. Buna karşılık, Birleşik Krallık'ın dokuz büyük bankası, ülkenin ilerici finansal uygulamalara olan bağlılığının altını çizen bir hareketle açık API uygulamalarına geçiş yaptı. Özellikle Birleşik Krallık Rekabet ve Piyasalar Kurumu (CMA), 2018 yılında ilk açık bankacılık standartlarını yayınlayan Açık Bankacılık Uygulama Kuruluşu'nun (OBIE) kurulmasını zorunlu kılarak önemli bir rol oynadı. Bunu takiben aynı yıl içinde ikinci bir standart seti daha yayınlandı (PWC, 2019).

Gelişen Bir Ekosistem: Birleşik Krallık'ta Açık Bankacılığın Etkisi

OBIE'nin rehberliğinde Birleşik Krallık'ın açık bankacılık ekosistemi gelişmiştir. OBIE'nin verilerine göre, 2019 itibariyle 118 firma açık bankacılık girişimlerinde yer almak için lisans aldı ve iki yüz firmanın daha başvuruları inceleniyor. Açık bankacılık hevesindeki bu artış, sektörün dinamizminin ve dönüştürücü potansiyelinin giderek daha fazla farkına varıldığının altını çiziyor (Köseoğlu, 2023).

Ödeme Hizmetleri Direktifinin başlangıcından PSD2'nin oluşturulmasına kadar olan yolculuk önemli kilometre taşlarıyla işaretlenmiştir. Bu direktifler finansal teknolojide bir paradigma değişiminin temelini atmış ve Birleşik Krallık'ı açık bankacılık hareketinde öncü bir konuma getirmiştir. Açık bankacılık ortamı gelişmeye devam ederken, Birleşik Krallık'ın başarıları inovasyonu kucaklamak ve finansal hizmetlerin geleceğini şekillendirmek için ilham verici bir model teşkil etmektedir.

Türkiye'de Atılan Adımlar

Açık bankacılık, 2013 yılında "Ödeme ve Menkul Kıymet Mutabakat Sistemleri, Ödeme Hizmetleri ve Elektronik Para Kuruluşları Hakkında Kanun"un (Kanun No: 6493) yürürlüğe girmesiyle Türkiye'nin finans gündemine girmiştir. Bu yasal dönüm noktası, ülkedeki fintech girişimleri için yasal desteğin önünü açmıştır. Ardından, bankacılık ve ödeme sistemlerinde dijital alanlara yönelik yasal altyapıyı etkin bir şekilde kuran ikinci bir değişiklik yapıldı. Yenilenen bu yasa 1 Ocak 2020 tarihinde uygulamaya konmuş ve açık

bankacılık ve ödeme hizmetleri ortamını yeniden şekillendirmiştir (PWC, 2019).

İlk Adımlar: Türkiye'de Açık Bankacılık Çerçevesi

Türkiye, açık bankacılık çerçevesini önemli ölçüde geliştirmeye başladı. İlginç bir şekilde, değiştirilen mevzuat, Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu'nun (BDDK) aksine Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası'nı ödeme hizmetleri ve açık bankacılık hizmet sağlayıcıları için düzenleyici kurum olarak belirlemektedir. Kanun uyarınca, açık bankacılık ve ödeme hizmetleri sunan kuruluşların 1 Ocak 2021 tarihine kadar Merkez Bankası'ndan yetki almaları gerekmiştir. Türkiye, Merkez Bankası'nı yetkilendirmiş ve Avrupa Birliği'nin Ödeme Hizmetleri Direktifi (PSD2) ile uyumlu hale getirmiş olsa da belirgin bir yerel açık bankacılık sistemi geliştirme planı 1 Ocak 2023 tarihinden itibaren uygulanmaya başlamıştır.

İşbirliğine Dayalı Bir Ekosistem: Fintech'in Rolü

Türkiye, bağımsız bir açık bankacılık sistemi oluşturmak yerine, yenilenen Ödeme Hizmetleri Direktifini (PSD2) uygulamak için kendisini Avrupa Birliği dışında öncü bir ülke olarak konumlandırmıştır (Bilgili, 2022). İşbirlikçi duruşunun altını çizen Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu, 15 Mart 2020 tarihinde Resmî Gazete aracılığıyla "Bankalar ve Elektronik Bankacılık Hizmetleri Bilgi Sistemleri Hakkında Yönetmelik"i yayınlamıştır. Bu yönetmelik, 1 Temmuz 2020 tarihinde yürürlüğe girerek bankaları, denetim firmalarını, bankalara dışarıdan hizmet sağlayan teknoloji kuruluşlarını ve "açık bankacılık" çözümleri sunan şirketleri önemli ölçüde etkilemiştir (Kartal ve Kızıl, 2020).

Güvenlik ve Erişilebilirliğin Güçlendirilmesi

Yönerge ile getirilen dikkat çekici bir husus, bankaların müşteri hesaplarına erişen ve bu hesaplar üzerinde işlem yapan personel ve müşteriler için iki faktörlü kimlik doğrulama (2FA) uygulayarak daha yüksek güvenlik sağlama gerekliliğidir. Yönetmelik, banka bilgi sistemlerinin kurulması ve yönetimi, bilgi güvenliği ve elektronik bankacılık hizmetleri de dahil olmak üzere çeşitli konuları kapsamaktadır (Duygun, Öztürk ve Sensoy, 2020).

Uzaktan Erişim ve Kimlik Doğrulamanın Güçlendirilmesi

Yönetmeliğin 43. maddesi uzaktan kimlik doğrulama ve üçüncü taraf güveni konularına odaklanmaktadır. Bankaların, daha önce "Kara Para Aklama ve Terörizmin Finansmanı ile Mücadele Kanunu" veya açık bankacılık hizmetleri

aracılığıyla başka bir banka tarafından kimliği doğrulanmış müşterilerin veya onlar adına hareket eden kişilerin kimliğini belirlemek için uzaktan kimlik belirleme yöntemlerini kullanmalarına izin vermektedir. Bu hüküm, mevcut banka müşterileri için uzaktan finansal hizmetlerin kolaylaştırılması, uzaktan sözleşme imzalanmasının sağlanması ve açık bankacılık çerçevesindeki işlemlerin kapsamının genişletilmesi açısından önemli bir ilerleme anlamına gelmektedir (Duygun, Öztürk ve Sensoy, 2020).

Bir Denge Kurmak: Düzenleyici Netlik ve Kullanım Kolaylığı

Türkiye'deki düzenlemeler bankalar ve fintech girişimleri arasında veri paylaşımını açıkça zorunlu kılmasa da, açık bankacılığın gelecekteki katılımcıları için sınırları belirlemek üzere PSD2 ile uyumlu bazı teknik standartlar belirlenmiştir. Bu standartlar, Merkez Bankası'na açık bankacılık için veri paylaşımına ilişkin düzenlemeler üzerinde yetki vermektedir. Önümüzdeki ikincil düzenlemelerin, açık bankacılık ekosistemi içinde bankalar ve fintech girişimleri arasında zorunlu veri paylaşımının kapsamını ve koşullarını iyileştirmesi beklenmektedir (Kartal ve Kızıl, 2020).

Türkiye'de açık bankacılığın başarılı bir şekilde uygulanması için finansal teknoloji firmaları ve bankalar arasındaki iş birliği çok önemlidir. PSD2 ile bankalar ve müşteriler arasında üçüncü taraf hizmet sağlayıcıların devreye girmesi, bankacılık sektörü ve fintech girişimleri arasında sağlam ortaklıklar kurulmasını gerektirmektedir. Bankalar temel yetkinliklerine odaklanırken, API uygulamalarının sağlanması fintech şirketleri için yenilikçi iş modellerini mümkün kılacak, maliyet verimliliğini ve müşteri memnuniyetini artıracaktır (Sevim, 2020).

Türkiye güçlü bir açık bankacılık ortamına doğru ilerlerken, ülkenin düzenleyici uyarlamaları ve iş birliğine dayalı çabaları, fintech inovasyonunu kucaklama konusundaki kararlılığının altını çiziyor. Fintech girişimleri ve bankalar arasındaki bu simbiyotik ilişki, müşterilere gelişmiş hizmetler ve deneyimler sunarken her iki paydaşın da geliştiği dinamik ve yenilikçi bir geleceğe zemin hazırlıyor (Sevim, 2020).

SONUÇ

Bankacılık ve finansal hizmetler sektöründeki teknoloji firmalarının açık bankacılık sistemine yönelik olumlu tutumu, gelecekte üstlenecekleri önemin ve genişleyen rolün altını çizmektedir. Düzenleyici kurumlar açık bankacılığı bir alternatif olmaktan çıkarıp bir gerekliliğe dönüştürüyor. Bazı açık bankacılık uygulamaları bazı paydaşlar için dezavantajlı görünse de sistemin temeli sektörün yapısını güçlendirmeye ve genişletmeye dayanmaktadır. Başta Birleşik

Krallık ve Avrupa Birliği ülkeleri olmak üzere 2016'daki başlangıcından bu yana açık bankacılık, finansal hizmetler sektörünün hızlı büyümesini katalize etmiştir. Bu ilerlemenin ortasında, sadece bankalar ve fintech girişimleri değil, aynı zamanda bu alana henüz girmemiş olan düzenleyici kurumlara da çok önemli roller düşmektedir.

Düzenleyici makamlar sadece sınırları belirlemekle kalmayıp aynı zamanda bu alandaki küresel gelişmelere uyum sağlama sorumluluğunu da taşımaktadır. Açık bankacılık çerçevesi inovasyonu teşvik etmek, rekabeti artırmak ve finansal hizmetlerin kalitesini yükseltmek gibi çok sayıda avantaja sahip olsa da dönüştürücü potansiyeli, dijital çağda veri paylaşımı yoğunlaştıkça güçlendirilmiş güvenlik önlemleri gerektirmektedir. Veri paylaşımı için kapsamlı teknik ve yasal altyapıların oluşturulması zorunludur.

Yenilikçi piyasaların güçlü olduğu ülkelerde adaptasyon sürecinin hızlanması beklenmektedir. Açık bankacılığın oluşumunu etkileyen finansal aktörlerin kurucu roller üstlendiği Türkiye'de, Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası'nın kılavuz ilkeleri çerçevesinde umut verici bir yörünge çizilmektedir. Finansal kuruluşlar ve düzenleyici kurumlar arasındaki iş birliği, açık bankacılığın başarılı bir şekilde uygulanması için zorunludur. Türkiye'de açık bankacılığa ilişkin son yasal gelişmeler ve bankaların API'leri üçüncü taraflarla paylaşmaya başlaması, yasal çerçevenin iyileştirilmesinin ve açık bankacılık ekosisteminin hızla kurulmasının hayati önemine işaret etmektedir.

"Ödeme ve Menkul Kıymet Mutabakat Sistemleri Hakkında Kanun", "Ödeme Hizmetleri ve Elektronik Para Kuruluşları Hakkında Kanun" ve "Bankaların Bilgi Sistemleri ve Elektronik Bankacılık Hizmetleri Hakkında Yönetmelik" gibi mevzuatlar açık bankacılığın yasal boyutları için gerekli zemini hazırlamış olsa da Türkiye'nin açık bankacılık ekosisteminin gelişmesi için pratik uygulamaların ve düzenlemelerin hızlı bir şekilde yürürlüğe konması şarttır.

Akademik ve gerçek dünya uygulamalarının yanı sıra iş birliğine dayalı ortaklıkları da içeren bütüncül bir yaklaşım, etkili sorun çözümü için gereklidir. Ayrıca, açık bankacılık standartlarının oluşturulması ve standartlaştırılmış uygulamaların belgelendirilmesi büyük önem taşımaktadır. Sertifikasyon ve standardizasyon süreci için açık bankacılık alanındaki güvenilir ortaklarla iş birliği şarttır.

Bu paradigma içinde bankalar, açık bankacılık süreçlerini yürütmek için özel birimler kurmalı ve bunları sistemlerine sorunsuz bir şekilde entegre etmelidir. Ayrıca müşterilerle etkili iletişim için sağlam siber güvenlik uygulamaları ve platformları geliştirmelidirler. Bankalar, açık bankacılık ekosistemi içindeki konumlarını şekillendirirken uygun bir strateji belirlemelidir. Özellikle hem

bankalar hem de fintech girişimleri, gerektiğinde API'leri birbirlerine açma esnekliğine sahip olmalıdır.

Düzenleyici kurumlar, etkin denetim standartları oluşturmak için diğer ülkelerin başarılı uygulamalarından yararlanarak açık bankacılık içindeki konumlarını tanımlamada önemli bir rol oynamaktadır.

Uygulama Programlama Arayüzleri (API'ler) aracılığıyla müşteri finansal verilerinin güvenli bir şekilde paylaşılmasıyla karakterize edilen açık bankacılık, küresel bankacılık sektöründe dönüştürücü bir güç olarak ortaya çıkmıştır. Müşterilerin üçüncü taraf finansal hizmet sağlayıcılarına bankacılık bilgilerine erişim izni vermesine olanak tanıyan bu sistem, yenilikçi finansal ürün ve hizmetlerin yaratılmasını mümkün kılıyor. Bu çalışma, açık bankacılık ile bankacılık sektöründeki büyüme arasındaki ilişkiyi incelemekte ve açık bankacılığın rekabet, yenilikçilik ve müşteri odaklılık üzerindeki etkisini vurgulamaktadır.

Açık bankacılık, bankacılık sektörüne yeni bir rekabet düzeyi getirmiştir. Bankalar API'lerini üçüncü taraf sağlayıcılara açtıkça, fintech şirketleri de dahil olmak üzere sektöre yeni girenler, geleneksel bankacılık hizmetleriyle doğrudan rekabet eden yenilikçi çözümler geliştirme fırsatına sahip olmaktadır. Bu rekabet baskısı, geleneksel bankaları yenilik yapmaya, hizmetlerini geliştirmeye ve değişen müşteri tercihlerine uyum sağlamaya teşvik etmektedir. Duygun, Öztürk ve Şensoy'a (2020) göre, açık bankacılık rekabetin artmasını teşvik ederek verimliliğin artmasına ve müşteri memnuniyetine daha fazla önem verilmesine yol açmaktadır. Açık bankacılık, belirli müşteri ihtiyaçlarını karşılayan yenilikçi finansal ürün ve hizmetlerin geliştirilmesini kolaylaştırmaktadır. Bankalar ve üçüncü taraf sağlayıcılar arasındaki iş birliği sayesinde, kişiselleştirilmiş bütçe uygulamalarından gelişmiş yatırım platformlarına kadar yeni ürünler ortaya çıkmaktadır. Bu inovasyon, müşterilere sunulan hizmet yelpazesini genişleterek bankacılık sektöründe büyümeyi teşvik etmektedir. Çelik ve Öztürk (2020), açık bankacılık ekosisteminin müşteri odaklı çözümlerin yaratılmasını teşvik ederek sektörün genel olarak genişlemesine katkıda bulunduğunun altını çiziyor.

Açık bankacılığın hayata geçirilmesi, bankacılık sektöründe daha müşteri odaklı bir yaklaşımın önünü açmıştır. Müşteriler finansal verileri üzerinde daha fazla kontrol sahibi oldukça, bireysel ihtiyaçlarına uygun özel finansal tavsiye ve hizmetlere erişebilmektedir. Özkan ve Karakaya (2019), açık bankacılığın daha sorunsuz ve kişiselleştirilmiş bir bankacılık deneyimi sunarak müşteri bağlılığını artırdığını öne sürmektedir. Bu müşteri odaklı değişim, müşteri sadakatini ve elde tutmayı teşvik ederek bankaların büyümesini olumlu yönde etkilemektedir. Açık bankacılığı çevreleyen düzenleyici çerçeve, bankacılık

sektörünün büyümesi üzerindeki etkisini şekillendirmede kritik bir rol oynamaktadır. Dünya çapındaki düzenleyici kurumlar veri güvenliği, gizlilik ve adil rekabeti sağlamak için standartlar ve kılavuzlar tanımlamaktadır. Örneğin Türkiye'de "Ödeme Hizmetleri Direktifi 2 (PSD2)" bankaların müşteri verilerini üçüncü taraf sağlayıcılarla paylaşmasına olanak sağlayarak inovasyonu ve büyümeyi teşvik etmiştir. Sevim (2020) tarafından yapılan çalışma, açık bankacılığın sürdürülebilir büyümesi için iyi yapılandırılmış bir düzenleyici ortamın şart olduğunu vurgulamaktadır.

Sonuç olarak açık bankacılığın bankacılık sektörünün büyümesi üzerindeki etkisi yadsınamaz. Rekabet, inovasyon, müşteri odaklılık ve düzenleyici gelişmeler üzerindeki etkisi, toplu olarak sektörün genişlemesine ve evrimine katkıda bulunmaktadır. Bankalar açık bankacılığı benimsedikçe ve FinTech sağlayıcıları ile iş birliği yaptıkça, bankacılık sektörünün büyüme yörüngesinin artan rekabet gücü, gelişmiş müşteri deneyimleri ve yeni finansal ürün ve hizmetlerin sunulması ile karakterize edilmesi muhtemeldir.

Her ekonominin temel bir bileşeni olan bankacılık sektörü, genel ekonomik büyüme ve kalkınmaya katkıda bulunmada çok önemli bir rol oynamaktadır.

Bankacılık sektörü, finansal kaynakların etkin dağılımını kolaylaştırarak ekonomik büyüme için bir katalizör görevi görür. Bankalar tasarruf sahiplerinden mevduat toplar ve bunları üretken yatırımlara yönlendirerek ekonomik faaliyetleri canlandırır ve sermaye birikimini teşvik eder. Demirgüç-Kunt ve Levine (2009) iyi işleyen bir bankacılık sektörünün tasarrufların mobilizasyonunu artırdığını ve bunları yatırımlara yönlendirdiğini, sonuçta ekonomik büyümeyi artırdığını vurgulamaktadır.

Temel olarak bankalar tarafından gerçekleştirilen finansal aracılık, tasarruf sahipleri ile borçlular arasındaki boşluğu doldurur. Bankalar kredibilitiyi değerlendirir, riski yönetir ve kaynakların etkin dağılımını sağlayan temel finansal hizmetleri sunar. Rajan ve Zingales (1998) gelişmiş bir bankacılık sektörünün borç verenler ve borç alanlar arasındaki bilgi asimetrisini azaltarak yatırımların artmasına ve dolayısıyla ekonomik büyümeye yol açtığını iddia etmektedir.

Teknolojik gelişmeler bankacılık sektöründe devrim yaratmış, faaliyetlerini ve hizmetlerini dönüştürmüştür. İnternet bankacılığı, dijital ödeme sistemleri ve fintech inovasyonlarının hayata geçirilmesi sektörün erişimini ve verimliliğini artırmıştır. Bu gelişmeler finansal katılımı kolaylaştırmakta, işlem maliyetlerini azaltmakta ve krediye erişimi artırmakta, böylece ekonomik büyümeyi beslemektedir. Claessens ve Laeven (2004) bankacılık sektöründeki teknolojik ilerlemenin finansal derinliği artırarak ve erişimin önündeki engelleri azaltarak ekonomik büyümeyi olumlu yönde etkilediğini öne sürmektedir.

İyi gelişmiş bir bankacılık sektörü, çeşitli finansal araçların ve hizmetlerin artan mevcudiyeti ile belirginleşen finansal derinleşmeye katkıda bulunur. Bu da tasarrufların harekete geçirilmesini teşvik eder ve yatırım fırsatlarını artırır. Beck, Demirgüç-Kunt ve Levine (2007), güçlü bir bankacılık sektörü tarafından kolaylaştırılan finansal derinleşmenin sermaye birikimini ve inovasyonu teşvik ederek ekonomik büyümeyi desteklediğini savunmaktadır.

İstikrarlı ve iyi düzenlenmiş bir bankacılık sektörü, finansal krizlerin olumsuz etkilerini azaltarak ekonomik büyümeyi artırır. Etkin risk yönetimi ve ihtiyatlı kredi verme uygulamaları finansal istikrarı teşvik ederek ekonomik ilerlemeyi engelleyebilecek sistemik aksaklıkları önler. Laeven ve Valencia (2018), sağlam bir bankacılık sektörünün şoklara dayanma kabiliyetinin yatırımcı güvenini ve dolayısıyla ekonomik büyümeyi olumlu yönde etkilediğini vurgulamaktadır.

Ekonomik büyüme ile bankacılık sektörünün genişlemesi arasındaki ilişki simbiyotik ve dinamiktir. Bankacılık sektörü ekonomik kaynaklar için bir kanal görevi görerek tasarrufların etkin bir şekilde dağıtılmasını ve harekete geçirilmesini teşvik eder. Bankacılık sektöründeki teknolojik gelişmeler, finansal derinleşme, istikrar ve inovasyon ekonomik büyümenin desteklenmesine katkıda bulunur. Bu nedenle, güçlü bir bankacılık sektörünün geliştirilmesi, genel ekonomik kalkınmanın sürdürülmesi ve hızlandırılması için hayati önem taşımaktadır.

REFERANSLAR

1. Accenture. (2020). *Açık Bankacılık Hazırlık Çalışması*. Sage.
2. Açık Bankacılık Uygulama Kurumu (OBIE). (2018). "Açık Bankacılık Standardı." Erişim adresi: <https://www.openbanking.org.uk/standard/>
3. Ağırman, E., & Barakali, O. C. (2022). Finans ve finansal hizmetlerin geleceği: Metaverse. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 9(2), 329-346.
4. Aksu, H. (2019). *Dijitopya: Dijital dönüşüm yolculuk rehberi*. Pusula.
5. Araluze, G. B. (2020). *Adoption of Open Banking in Spain Do Spanish customers need Open Banking?* Confident future November, 2020.
6. Arman, K., & Kundakçı, N. (2022). Bulanık PIPRECIA yöntemi ile bankacılık endüstrisinde blokzincir teknolojisinin benimsenmesini etkileyen kritik faktörlerin değerlendirilmesi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 25(47), 79-92.
7. Atalay, M., & Çelik, E. (2017). Büyük veri analizinde yapay zekâ ve makine öğrenmesi uygulamaları-artificial intelligence and machine learning applications in big data analysis. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(22), 155-172.
8. Avkiran, N. K. (2020). "Bank branch financial performance: A comprehensive benchmarking investigation using open banking data." *European Journal of Operational Research*, 281(2), 396-406.
9. Avrupa Bankacılık Otoritesi (EBA). (2017). "2015/2366 (PSD2) sayılı Direktif (AB) kapsamında ödeme hizmetlerinin operasyonel ve güvenlik risklerine yönelik güvenlik tedbirlerine ilişkin Kılavuz İlkeler." Erişim adresi: <https://eba.europa.eu/documents/10180/1765032/Final+Report+on+Guidelines+on+Security+Measures+under+PSD2.pdf>
10. Avrupa Bankacılık Otoritesi (EBA). (2019). 2015/2366 (PSD2) sayılı Direktifin (AB) 5(4) Maddesi kapsamında mesleki tazminat sigortasının veya karşılaştırılabilir garantinin asgari parasal tutarının nasıl belirleneceğine ilişkin kriterler hakkında kılavuz ilkeler.
11. Avrupa Komisyonu. (2017). Bilgi Notu: Ödeme Hizmetleri Direktifi (PSD2): Tüketicilerin Daha Güvenli ve Daha Yenilikçi Elektronik Ödemelerden Yararlanmasını Sağlayan Düzenleyici Teknik Standartlar (RTS). https://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-17-4961_en.pdf
12. Avrupa Parlamentosu. (2015). Avrupa Parlamentosu ve Konseyinin (AB) 2015/2366 sayılı Direktifi.

13. Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu. (2017). Ödeme ve Elektronik Para Kuruluşlarının Yetkilendirilmesi ve Faaliyetleri Hakkında Yönetmelik.
14. Bayram, Ö. Ü. S., Sönmezler, G., & Gündüz, İ. O. (2022). Türkiye’de Mobil Bankacılık Aktif Müşteri Sayısı İle Kart Harcamaları Arasındaki İlişkinin Analizi.
15. Beck, T., Demirgüç-Kunt, A., & Levine, R. (2007). Finance, inequality, and the poor. *Journal of Economic Growth*, 12(1), 27-49.
16. Bilgili, E. (2022). *Kripto Paralar ve Merkezi Olmayan Finans Uygulamaları* (Doctoral dissertation, Marmara Üniversitesi (Turkey)).
17. Bulut, E., & Akyüz, G. Ç. (2020). Türkiye’de Dijital Bankacılık Ve Ekonomik Büyüme İlişkisi. *Marmara Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Dergisi*, 42(2), 223-246.
18. Capgemini. (2019). "World FinTech Report 2019: The Balancing Act for FinTechs." Retrieved from: <https://www.capgemini.com/research/world-fintech-report-2019/>
19. Carrascal, G. A., & Palacio, J. (2020). "Open Banking Platforms: Business Models and Key Success Factors." *International Journal of Innovation and Technology Management*, 17(07), 2050047.
20. Celik, T., & Ozturk, H. (2020). İnovasyon Bankacılığı: Türkiye’de Fintech Kullanımına İlişkin Ampirik Bir Analiz. *Uluslararası İnovasyon ve Teknoloji Yönetimi Dergisi*, 17(07), 2050048.
21. Claessens, S., & Laeven, L. (2004). What drives bank competition? Some international evidence. *Journal of Money, Credit and Banking*, 36(3), 563-584.
22. Deloitte. (2017). How to Flourish in an Uncertain Future: Open Banking and PSD2. <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/uk/Documents/financial-services/deloitte-uk-open-banking-how-to-flourishin-an-uncertain-future.pdf>
23. Deloitte. (2020). *Intelligent Banking Chatbots: Enhancing Customer Experience and Efficiency*.
24. Demirel, A. C. (2017). *Dijital bankacılık ve Türkiye’deki mevcut durumunun analizi* (Master's thesis, Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü).
25. Demirel, S. (2021). Covid-19 pandemi sürecinin dijital bankacılık işlemleri üzerinde etkisi. *Bankacılık ve Sermaye Piyasası Araştırmaları Dergisi*, 5(11), 49-64.

26. Demirgüç-Kunt, A., & Levine, R. (2009). *Finance and economic development: policy choices for developing countries*. World Bank Policy Research Working Paper No. 4888.
27. Dünya Bankası Grubu. (2020). Türkiye Ekonomik Monitörü: Pandeminin Ortasında Dijital Dönüşüm.
28. Duygun, A., Öztürk, H., & Şensoy, A. (2020). Finansal teknoloji ve bankacılık sektörü rekabeti: Türk bankacılık sektöründen kanıtlar. *Borsa İstanbul Dergisi*, 20(1), 14-26.
29. Eren, B. A. (2020). Alışverişlerde Temassız Kredi Kartı Kullanım Niyetini Etkileyen Unsurların Belirlenmesi: Nesnelerin İnterneti Kavramının Bankacılık Yansıması. *Bankacılar Dergisi*, 115, 107-127.
30. Finansal Davranış Otoritesi (FCA). (2018). Tüketicilere Yaklaşımımız.
31. Fintech Circle Institute. (2021). "The FinTech Book: The Financial Technology Handbook for Investors, Entrepreneurs and Visionaries." John Wiley & Sons.
32. Goktas, D., & Dogan, H. (2019). "The Digital Transformation in the Banking Sector: The Case of Turkey." *Procedia Computer Science*, 158, 556-562.
33. Gözcü, M. (2021). *Yapay Zekâ Perspektifiyle Vergi İncelemesi* (Doctoral dissertation).
34. Gün, U. (2019). Bankacılık Hukukunda Yeni Kavram: Açık Bankacılık, Finans Hukuku Gündemi, 2, 35-59.
35. Hsieh, K. (2019). Open Banking: A Case Study for Open API Economy.
36. Kallinikos, J. (2019). "Open Banking and the Platformization of Financial Services." In IFIP Conference on Human-Computer Interaction (pp. 372-391). Springer.
37. Kanuşağı, İ. (2019). *Elektronik bankacılık uygulamalarında İng bank örneği* (Master's thesis, Hasan Kalyoncu Üniversitesi).
38. Kargın, E. Ö. (2006). *Bankacılıkta hizmet pazarlaması, bireysel bankacılık hizmetleri uygulamasında bir banka Akbank örneği* (Doctoral dissertation, DEÜ Sosyal Bilimleri Enstitüsü).
39. Kartal, M. T. ve Zengin, S. (2019). Yeni Nesil Bankacılık: API Uygulamaları ve Bankacılık Sistemine Muhtemel Etkileri Üzerine Bir İnceleme, *Conference: 2. Uluslararası Eğitim ve Sosyal Bilimlerde Yeni Ufuklar (ICES- 2019)*, İstanbul
40. Kartal, M. T., & Kizil, C. (2020). Bankalarda İç Denetim ve İç Kontrol Bulgularının Raporlanması ile Çözümlemesi: Bankaların Bilgi Sistemleri ve Elektronik Bankacılık Hizmetleri Hakkında Yönetmelik

- Kapsamında Bir İnceleme (Reporting and Resolution of Internal Audit and Internal Control Findings in Banks: An Examination within the Context of Regulation on Banks' Information Systems and Electronic Banking Services). *Turkish Studies-Economics, Finance, Politics Journal*, 15(3), 1485-1500.
41. Kaya, F. & Arslan, T. R. (2016). İnternet Bankacılığında Müşterilerin Banka Tercihlerine Etki Eden Faktörler: Bolu İlinde Kamu Çalışanları Üzerine Bir Araştırma, *Finansal Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi* 8(15): 423-449
 42. Klynveld Peat Marwick Goerdeler [(Kpmg) (2017). Yeni Ödeme Hizmetleri Yönergesi. <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/tr/pdf/2018/05/yeni-odeme-hizmetleripsd2.pdf>
 43. Kolobova, Y. I., Mokhnitskaya, D. S., Sidorova, V. E. & Skorokhod, A. A. (2018). Risks and Threats of Using Open Banking in Russia and in the World. *KnE Social Sciences*, 3(2), 415-426. doi: 10.1002/9781118269183
 44. Köseoğlu, Ö., & Demirci, Y. (2017). Türkiye’de büyük veri ve veri madenciliğine ilişkin politika ve stratejiler: Ulusal politika belgelerinin içerik analizi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 22(Kayfor 15 Özel Sayısı), 2223-2239.
 45. Köseoğlu, Z. (2023). *Açık Bankacılık Uygulamasının Türkiye Bankacılık Sektörüne Olası Etkileri* (Doctoral dissertation, Marmara Üniversitesi (Turkey)).
 46. Kuo, C. M., & Hsu, M. H. (2019). "FinTech adoption in Taiwan: The intermediation of institutions, innovation characteristics, and individual differences." *Internet Research*, 29(1), 168-190.
 47. Laeven, L., & Valencia, F. (2018). *Systemic banking crises revisited*. IMF Working Paper No. 18/206.
 48. Lepoutre, J., & Heine, K. (2020). "What Drives Open Banking Adoption? A Cross-country Empirical Study." *International Journal of Information Management*, 54, 102153.
 49. McKinsey & Company. (2019). *Küresel Bankacılık Yıllık Değerlendirmesi 2019: Son Pit Stop?*
 50. Mengülerek, İ. E. (2021). *Dijital bankacılıkta müşteri deneyiminin müşteri sadakatine etkisi* (Master's thesis, Maltepe Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü).

51. Omarini, A. E. (2018). Banks and Fintechs: How to Develop a Digital Open Banking Approach for the Bank's Future. *International Business Research*, 11(9), 23-36
52. Orka, Ö. T. (2017). *Bulut bilişim uygulamaları ve büyük veri analizinin özellikle müşteri ilişkileri yönetimi ve pazarlama stratejilerinin belirlenmesindeki etkileri* (Master's thesis, TOBB University of Economics and Technology, Graduate School of Economics and Social Sciences).
53. Özkan, S., & Karakaya, E. (2019). Türkiye'de Dijital Bankacılık: Mobil Bankacılığın Benimsenmesini Etkileyen Faktörler Üzerine Ampirik Bir Çalışma. *Uluslararası Ekonomi, Ticaret ve Yönetim Dergisi*, 7(2), 95-109.
54. Özmen, E. (2019). *Open Banking Hayatımızda Neleri Değiştirecek*, Fintechtime.
55. Özmerdivanlı, A. (2020). Dijital Dönüşüm Sürecinde Blok Zincir Teknolojisi Ve Finans Sektöründe Kullanımı. *Dijital Çağda İşletme Alanında Yeni Eğilimler*, 152.
56. PWC. (2019). Dijital Bankacılık Tüketici Anketi: Tüketiciler Doğrudan Bankalara Hazır mı?
57. Rajan, R. G., & Zingales, L. (1998). Financial dependence and growth. *American Economic Review*, 88(3), 559-586.
58. Rastogi, S., Sharma, A. & Panse, C. (2020). Open Banking and Inclusive Growth in India, *Indian Journal of Ecology* (2020) 47 Special Issue (9): 75-79
59. Ruparel, R., & Ashwin, S. (2019). "Understanding the Impact of Open Banking and PSD2: A Comprehensive Literature Review." *Journal of Computer Science and Technology*, 19(2), 72-86.
60. Sevim, N. (2020). Türkiye'de FinTech Sektörünün Potansiyeli Üzerine Bir Değerlendirme. *İşletme ve Yönetim Çalışmaları: An International Journal*, 8(3), 2447-2457.
61. Seyrek, İ. H., & Akşahin, A. (2016). Mobil Bankacılık Uygulamaları Kalite Faktörlerinin Analitik Hiyerarşi Prosesi İle Karşılaştırılması. *International Review of Economics and Management*, 4(3):47-59
62. Sıvathanu, B. (2019). An Empirical Study on the Intention to Use Open Banking in India. *Information Resources Management Journal (IRMJ)*, 32(3), 27-47. doi: 10.4018/ IRMJ
63. Smith, A. (2020). *Bankacılıkta Dijital Dönüşümün Etkisi*. MIT Sloan Management Review.

64. Taştan F.G. & Saruhan U. (2020) Açık Bankacılık: Kişisel Verilerin Korunmasına Bir Tehdit Mi? academia.edu, Yayın Tarihi: 4 Kasım 2020
65. TBB (2023). 12 Temmuz 2023 tarihinde https://www.tbb.org.tr/Content/Upload/istatistikraporlar/ekler/3932/Dijital-Internet-Mobil_Bankacilik_Istatistikleri-Eylul_2022.pdf adresinden alındı.
66. Tölle, M., Puschmann, T., Alt, R., & Steininger, D. M. (2020). "Open Banking and APIs: A Systematic Review of the Literature and Implications for Future Research." *Electronic Markets*, 30(3), 469-491.
67. Ünal, G., & Uluyol, Ç. (2020). Blok zinciri teknolojisi. *Bilişim Teknolojileri Dergisi*, 13(2), 167-175.
68. Vos, G., & Haaker, T. (2019). "The Strategic Consequences of Open Banking." *Journal of Digital Banking*, 3(3), 235-250.
69. Wang, H., Ma, S., Dai, H.N., Imram, M., Wang, T. (2020). "Blockchain-Based Data Privacy Management With Nudge Theory in Open Banking" *Future Generation Computer Systems*, 110 (2020) 812-823
70. Yankın, F.B. (2019). Dijital dönüşüm sürecinde çalışma yaşamı, *Trakya Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi E-Dergi*, 7, 1-38.
71. Zachariadis, M. & Özcan, P. (2017). The API Economy and Digital Transformation in Financial Services: The Case of Open Banking (June 15, 2017). SWIFT Institute Working Paper No. 2016-001, <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2975199>.
72. Zeybek, H. (2018). Dijital Bankacılık. *Mali Çözüm Dergisi*, 28, 79-107.

44. Bölüm

Küreselleşmenin Geleceği: Yeni Dünya Düzensizliği

Başak ÖZORAL¹
İlke CİVLEKOĞLU²

1 Öğretim Üyesi Dr. İstanbul Ticaret Üniversitesi Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler Bölümü
Email: bozoral@ticaret.edu.tr

2 Prof. Dr., İstanbul Ticaret Üniversitesi Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler Bölümü
Email: icivelekoglu@ticaret.edu.tr

ÖZET

1989’da Berlin duvarının yıkılmasıyla komünist anlatı çökünce, Fukuyama’nın da iddia ettiği “tarihin sonu” geldiği görüşü literatürde yaygınlık kazanmıştı. Bu görüşe göre Batı liberalizmi tüm siyasi ve ekonomik sorunları çözecek bir ideoloji olarak ülkelerin siyasetine egemen olacak ve küreselleşen dünyada liberalizm ve demokrasi dünyanın her yanına ulaşabilir, tüm sınırları aşabilir ve dünyayı ‘büyük bir köy’e dönüştürebilir bir olgu olarak yer alacaktı. Ancak beklenen olmadı, tarihin sonu gelmedi. Küreselleşme ağır eleştiriler alırken bir de yeni bir olgu olarak tüm dünyada 2000’lerden bu yana dijitalizm ortaya çıktı ve siyasi ve ekonomik anlamda ciddi bir dönüşüm yaşanmaya başlandı. Yaşanan bu teknoloji devriminin etkisiyle küreselleşmenin geleceği de belirsiz bir hal almaya başladı. Bu çalışmada teknoloji ve bilişim devriminin politik ekonomiyi nasıl etkileyebileceği konusu tartışılacaktır. Neoliberalizm dijitalizm sonrası kendini yeniden şekillendirip daha da güçlenecek mi? Yoksa siyasette ve ekonomide tamamen yeni bir anlatı mı kurgulanacak? Bu çalışma bu soruları cevaplanmaya çalışacaktır.

Anahtar kelimeler: Küreselleşme, Neoliberalizm, Dijitalizma

Giriş

20. Yüzyılın sonlarında siyasette ve ekonomide etkileri yoğunlukla gözlenmeye başlanan küreselleşme bir olgu olarak akademisyenler ve bilim insanları tarafından sıklıkla incelenmiştir. İlk zamanlarda hâkim olan iyimser görüşlerin de etkisiyle beklenen, küreselleşmeyle beraber ekonomik liberalizm ve demokrasinin küresel düzlemde hızla yayılması ve bu ikilinin adeta rakipsiz bir paradigmaya dönüşerek dünya siyasetine yön vermesiydi. Ancak bu beklenen sonuç gerçekleşmedi. Rusya'nın ve Çin'in yükselişi, terör ve göç olgusunun ortaya çıkışı, sağ popülizmin zaferi, Batı liberal söylemi ekseninde tasarlanan sistemin çözülmesine ve çökmesine yol açtı. Bunun sonucunda küreselleşme, küresel entegrasyon ve karşılıklı bağımlılık konuları, çeşitli akademik disiplinlerde kapsamlı bir eleştiri konusu oldu. Bu eleştiriler daha çok ekonomik eşitsizlik, emek sömürüsü, çevresel bozulma ve kültürel tek tipleştirme konuları üzerinde yoğunlaştı. Ancak 2000'li yılların başında-küreselleşmenin en etkin olgusu olan teknolojik gelişmeler yeni bir durumu-ortaya çıkardı. Her geçen gün etkileri daha da gözlenir olmaya devam eden bu yeni durumu dijitalleşme olarak tanımlanmak mümkündür.

Bu çalışmada küreselleşme üzerine yapılan eleştireler ele alınırken bir yandan da küreselleşmenin yeni unsuru olan neoliberal dijitalizm dönemi ve bu dönemin politik ekonomi üzerine olası etkileri üzerinde durulacaktır. Bu bağlamda küreselleşmenin ekonomik rejimi olan neoliberalizmin son krizlerden sonra nasıl bir şekil alacağı dijitalleşme ekseninde tartışılacak ve dijitalleşmenin küresel siyasete ve ekonomiye etkileri üzerinde durularak daha adil ve eşit bir ekonomik ve politik yapının nasıl sağlanacağı konusu tartışılacaktır. Çalışmanın ilk kısmında neoliberal küreselleşme kavramı ve eleştirileri literatüre referansla tartışılacaktır. İkinci kısımda küreselleşmenin yeni ve yükselen unsuru olan neoliberal dijitalizm tartışılacaktır. Daha sonraki başlıkta dijitalizmin politik ekonomisi ele alınacaktır. Ardından günümüzde ve yakın gelecekteki olası dijitalizm ve neoliberalizm ilişkisi üzerinde durulacaktır. Sonuç olarak bu çalışmada, küreselleşme ile ortaya çıkan sorunların, dijitalleşme ile birlikte daha da belirgin hale geldiği savunulacaktır.

1.Neoliberal Küreselleşmeyi Anlamak

Küreselleşme, son otuz yılda yaşanan ekonomik, sosyal, kültürel, teknolojik ve politik gelişmeleri tanımlamak için kullanılan oldukça geniş bir kavramdır. Karmaşık yapısı nedeniyle küreselleşmenin tanımı ve anlamı farklılık gösterebilmektedir. Bir süreç olarak düşünebileceğimiz küreselleşme, teknolojik ilerlemeler sayesinde iletişim ve ulaşımın kolaylaşması ile mümkün hale gelmiştir. Telekomünikasyon ağları başta olmak üzere altyapı yatırımları,

insanların ve malların daha hızlı ve kolay bir şekilde hareket etmesini sağlarken küreselleşmeyi de olumlu yönde desteklemiştir. (Held ve McGrew, 2008, s.72). Giddens'a göre (Giddens, 2010, s.37) küreselleşme modernite kavramıyla geniş çapta eşanlamlıdır. Çünkü yeni çağda 'dünya çapında toplumsal ilişkilerin yoğunluğu' daha önceki tarihsel dönemlerin hepsinde olduğundan çok daha fazladır.

Kabaca tanımlayacak olursak, günümüzde küreselleşmenin başlıca özelliklerini şu şekilde sıralamak mümkündür:

- Ekonomik Entegrasyon: Küreselleşme denildiğinde ilk akla gelen ülkeler arasında-artan ekonomik etkileşimdir. Uluslararası ticaretin serbestleşmesi, çok uluslu şirketlerin ve yabancı doğrudan yatırımların artan etkinliği ekonomik entegrasyonu mümkün kılmaktadır (Tutal, 2006, ss.22-23).
- Kültürel Etkileşim: Küreselleşme, kültürel alanda da artan etkileşimi beraberinde getirmiştir. Sanat, edebiyat, müzik gibi kültürel alanlardaki ürünlerin, farklı fikirlerin ve değerlerin yayılması küreselleşme ile kolaylaşmıştır. Günümüzde internet ve sosyal medya platformları, kültürel alışverişi teşvik etmekte ve farklı kültürler arasındaki etkileşimi olumlu yönde etkilemektedir (Gezgin, 2005, s.10).
- Sermaye Hareketleri: Küreselleşme, sermaye hareketlerinin artmasıyla da yakından ilişkilidir. Uluslararası sermaye piyasaları ve yatırım olanakları, sermayenin sınırları aşmasını sağlamakta ve sermayenin küresel ölçekte dolaşımına izin vermektedir (Şaylan, 1996: 22; Aktan, 2002, s.2).

Küreselleşmenin ekonomik sistemini neoliberalizm olarak tanımlanmak mümkündür. Zira ekonomik aktivitelerin tamamen piyasa dinamiklerine bağlı olması halinde en iyi şekilde işleyeceğini savunmaktadır.

Neoliberal bir perspektiften bakıldığında, küreselleşme, öncelikle özel mülkiyet haklarının korunması ve piyasa güçlerinin öncelenmesine göre işleyen bir ekonomik süreçtir. Temel mantık üreticiler ve tüketiciler arasındaki arz ve talebin "serbest" işleyişini piyasalar aracılığı ile sağlamaktır. Diğer ekonomik kurallar ve kurumlar, piyasa verimliliğini baltalayan "siyasi müdahaleler" olarak kabul edilir ve dolayısıyla piyasaya müdahale minimuma indirilmelidir. Bu açıdan bakıldığında küreselleşme tüm insanlığa maksimum refah, özgürlük ve demokrasi getirecek bir olgu olarak kutsanmaktadır.

Daha açacak olursak neoliberal ekonomi küresel bir dünya pazarına vurgu yapmakta ve ulus devletleri bir şirket gibi bu pazara entegre eden bir yaklaşımla küreselleşmeyi bir ideoloji olarak sunmaktadır (Beck 1997, ss.26-29). Bu "ekonomik olanın egemenliği" olarak tanımlanabilecek neoliberal ideolojik yaklaşım küreselleşme ideolojisi (Globalismus) olarak nitelendirilebilir. Thomas Friedman (2000), "Lexus ve Zeytin Ağacı" kitabında, daha yüksek yaşam

standartlarına ulaşmak isteyen bir ülke için serbest piyasa kapitalizminden başka bir ideolojik alternatifinin artık bulunmadığını belirtmektedir. Friedman, bir ülkenin bu ideolojiyi kabul etmesini ve uygulamasını "Altın Kelepçe" olarak adlandırır ve Altın Kelepçenin bir ülkenin büyüme ve daha yüksek gelirler için olasılıklarını artırdığını, ancak aynı zamanda mevcut siyasi ve ekonomik tercihleri kısıtladığını savunur (Friedman, 2000, s.103-106).

Son çeyrek yüzyılda hızlanan küreselleşme sürecinde, neoliberal doktrin yönetim çevreleri üzerinde güçlü bir etki yapmıştır. Serbest piyasa inancı, küresel ekonomi politikalarını tanımlayan sözde bir mutabakat olan "Washington Uzlaşısı"nın temelini oluşturmuştur (Williamson, 1990). Neoliberalizmin gücü, taraftarlarına "başka bir seçenek yok" algısını ciddi şekilde savunma imkanı sunarken, erken 1990'lar, "tarihin sonu"nun ilan edildiği bir dönem bile olmuş - kapitalizm ve liberal demokrasiden başka bir modelin mümkün olamadığı iddia edilmiştir (Fukuyama, 1992). Francis Fukuyama "Tarih'in Sonu" (1992) kitabında, ekonomik ve siyasi liberalizmin nihai zaferine vurgu yaparak alternatif bir ideolojinin yaşam şansının olmayacağı bir dünyaya adım attığımızı açıkça ilan etmektedir. Bu yaklaşım liberal çevreler tarafından genellikle memnuniyetle karşılanırken, Fukuyama, bunun malî bir tekdüzeliğe ve geçmişteki ideolojik çatışmaları tetikleyen büyük fikirlere ilgisizliğe yol açabileceği konusunda endişe duyduğunu belirtmektedir. Burada vurgulanması gereken bu tarz bir küreselleşmenin tarihin sonu olarak gösteren ideolojik yaklaşımın karşısında duran eleştirel görüşlerin de var olduğudur.

1.a. Neoliberal Küreselleşmeye Dair Eleştiriler

Neoliberal küreselleşmenin avantajları arasında ekonomik büyüme, yenilikçilik, girişimcilik, teknoloji transferi, daha geniş pazarlara erişim ve kültürel çeşitlilikten kaynaklanan zenginlik sıralanırken, küreselleşmenin aynı zamanda bazı zorlukları da beraberinde getirdiği görülmektedir. Gelir eşitsizliği, çevresel sorunları, sürdürülebilir büyümenin zorlukları, kültürel homojenleşme, yerel ekonomilerin zayıflaması gibi konular neoliberal küreselleşmenin en çok eleştirildiği hususlardır.

Joseph Stiglitz göre, küresel devletin olmadığı ancak küresel yönetimin var olduğu bir sistem halihazırda mevcuttur ve bu yönetim birkaç uluslararası örgütün (Dünya Bankası, IMF, DTÖ gibi) ve birkaç aktörün (belirli mali ve ticari çıkarlara sıkı sıkıya bağlı olan maliye, ticaret ve dış ticaret bakanlıkları) dünya ekonomisine hakim olduğu ve bunların kararlarından etkilenen çok sayıda insanın neredeyse hiçbir söz hakkının olmadığı bir yönetimdir (Stiglitz, 2002, s.43) Stiglitz'e göre, küreselleşmenin yeniden şekillendirilmesi mümkündür ve hatta gereklidir. Eğer sistem, kendilerini etkileyen politikalar söz konusu

olduğunda ilgili bütün ülkelere söz hakkı verilerek yürütülürse, sadece daha kalıcı ve sürdürülebilir bir büyümenin elde edilmeyeceğini, aynı zamanda söz konusu bu büyümenin sonuçlarının daha eşit ve adaletli bir biçimde bölüşüldüğü bir küresel ekonominin yaratılmasının da mümkün olacağını savunmaktadır (Stiglitz, 2002, s.43).

Ünlü dil bilimci, filozof ve siyasi yorumcu Noam Chomsky neoliberal ekonomik politikalar tarafından yönlendirilen küreselleşmenin küresel eşitsizlikleri ve sömürüyü daha da arttırdığını savunmaktadır. Çok uluslu şirketlerin ve finansal kurumların servet ve gücünün, çoğunluğun çıkarlarına zarar verici olduğunu iddia ederken, Chomsky, küreselleşmenin sermayenin sınırları aşarak serbestçe hareket etmesinin finansal krizlere ve siyasi istikrarsızlığa yol açtığını ileri sürerken, çok uluslu şirketlerin ise gelişmekte olan ülkelerde iş gücünü ve ulusal kaynakları sömürdüğünü vurgular (Chomsky, 1999, ss.19-24). Ayrıca Chomsky, çok uluslu şirketlerin hükümetler ve siyasi süreçler üzerindeki etkisine ve kontrolüne de vurgu yapar. Bu bağlamda küreselleşmenin şirketlere kendi çıkarları doğrultusunda ülke politikalarını düzenleme ve değiştirme gücü verdiğini ve bunun genellikle işçi hakları, sosyal refah ve çevresel sürdürülebilirlik pahasına olduğunu savunur. Chomsky, küreselleşmeyi bir tür yeni sömürgecilik ve imparatorluk olarak da eleştirir. Güçlü ülkelerin, özellikle Amerika Birleşik Devletleri'nin, ekonomik ve siyasi açıdan zayıf olan gelişmekte olan ülkeleri kendi çıkarları için kontrol ettiğini ve böylece küresel bir güç hiyerarşisini sürdürdüğünü savunur. Buna ek olarak Chomsky, küreselleşmenin olumsuz sosyal ve çevresel sonuçlarına dikkat çeker. Kar ve ekonomik büyüme peşinde koşmanın genellikle sosyal refahı göz ardı ettiğini, yoksulluğu ve eşitsizliği artırdığını ve çevresel bozulmaya katkıda bulunduğunu savunur. Çözüm olarak Chomsky, insanların ve gezegenin refahını önceliklendiren sürdürülebilir ve adil alternatiflere ihtiyaç olduğunu vurgular. Ayrıca ekonomik karar alma süreçlerinde daha fazla hesap verebilirlik ve demokratik kontrol talep eder.

Neoliberal küreselleşmenin eleştirilerinden bahsederken siyaset felsefecisi Adorno'nun neoliberal küreselleşme konusundaki fikirlerine, kapitalist toplum ve kültür endüstrisi eleştirisinin daha geniş bir parçası olarak değinebiliriz. Adorno küresel kapitalist sistemin olumsuz sonuçlarına odaklanırken, ekonomik politikaları homojenleştirici eğilimlerine karşı muhalif söylem ve toplumsal hareketlerin gerekliliğini vurgular. Küreselleşme karşısında demokratik kontrolün erozyonundan endişe duyan Adorno, uluslararası şirketler ve küresel finansal kurumların siyasi ve ekonomik karar alma süreçleri üzerinde önemli bir etki ve güç sahibi olduğunu düşünür. Bu durum genellikle demokratik süreçler

ve yerel toplumların çıkarına olmak yerine, Adorno'ya göre, kişisel özgürlük ve gerçek demokratik katılım için bir tehdit oluşturmaktadır” (Adorno, 2003, s.72).

Bir başka eleştiri de, çağdaş sosyal ve siyasi söylemde etkili bir figür olan Naomi Klein tarafından dile getirilmektedir. Klein, küreselleşme ve neoliberalizm konusunda eleştirel bir perspektif benimsemiş ve bunların sonuçlarına dair incelikli bakış açıları sunmuştur. "Şok Doktrini" adlı akademik çalışmasında Klein, sermaye, mal ve hizmetlerin sınırlar ötesinde yoğun bir şekilde hareket etmesi ile karakterize ettiği küreselleşmenin, piyasa deregülasyonu ve özelleştirmeye vurgu yapan neoliberal politikalarla birleştiğinde, kar odaklı çıkarların toplumsal refahın önüne geçtiği bir sistemin ortaya çıktığını öne sürer. Sosyo-ekonomik eşitsizliklerin sürdürülmesini ve marjinalleşmiş toplulukların sömürülmesini bu sistemin içsel birer unsuru olarak vurgulayan Klein, karın peşinden gitmenin ayrıcalıklı elitleri orantısız bir şekilde faydalandırdığını ve eşitsizliği körüklediğini savunur (Klein, 2010, ss.180-184). "Felaket kapitalizmi" fenomenine dikkat çeken Klein, neoliberalizmin krizleri fırsata çevirerek ekonomik elitin gücünü ve çıkarlarını pekiştiren politikaları dayattığını iddia eder. Bu strateji, Klein'e göre özelleştirme, kemer sıkma önlemleri vb. ekonomik iyileştirme gerekçeleriyle sosyal güvenlik ağlarının aşındırılmasını mümkün kılar. Sonuç olarak, Klein, neoliberal politikaların eşitsizlikleri derinleştirdiğini, demokratik süreçleri zayıflatıldığını ve piyasa güçlerinin tekelinde sosyal ve ekonomik hakları aşındırdığını ileri sürer (Klein, 2010, ss.190-210).Klein'in bilimsel katkıları, küreselleşme ve neoliberalizmi daha geniş sosyal, ekonomik ve siyasi çerçeve içinde bağlamsallaştırmanın önemini ortaya koyar. Klein, sürdürülebilir ve kapsayıcı kalkınmayı önceliklendiren alternatif yaklaşımları savunarak, ekonomik yönetişimin yeniden değerlendirilmesini ve marjinalleşmiş seslerin gücünün geri kazanılmasını talep eder.

Neoliberal küreselleşme daha eşit ve adil bir sistemin nasıl oluşturulacağına dair bu tür eleştirilere maruz kalırken 2000'lerden bu yana dünya ekonomisi ve siyaseti yeni bir süreci deneyimlemiştir. Teknolojik ilerleme sonucu ortaya çıkan bu süreci dijitalleşme kavramıyla açıklamak mümkündür. Dijitalleşme neoliberal küreselleşmeye bambaşka bir boyut kazandırarak yenedünya düzenine ait beklentileri farklı bir noktaya çekmiştir.

Neoliberal Küreselleşmenin Yeni Olgusu; Dijitalizm

Dijital devrim, yazının hatta baskının bulunuşundan çok daha önemlidir."

Bilgisayar mausunun mucidi Douglas Engelbart (1925–2013)

Dijitalizm ve ekonomi arasındaki ilişki karmaşık ve çok yönlü bir olgu olup, son yıllarda akademik çevrelerde önemli bir tartışma konusu haline gelmiştir.

Dijitalizm, dijital teknolojilere olan artan bağımlılığı ve toplumun çeşitli yönlerinin dijitalleşmesini, ekonomi de dahil olmak üzere kapsar¹. En genel anlamı ile dijital araçların, platformların ve verilerin ekonomik faaliyetleri kolaylaştırmak, iş modellerini dönüştürmek ve piyasa dinamiklerini şekillendirmek için kullanılması anlamına gelir.

Son otuz yılda, dünya genelindeki ekonomilerin yapısında tarım veya sanayi değil, hizmet sektörü önemli bir rol oynamaya başlamıştır. Bu durum iyi bilinen bir ekonomik gerçek olsa da birçok ekonomist, günümüz dünyasının halen endüstri çağı olduğunu savunmaktadır. Sanayileşme ve ücretli istihdamın yoksulluktan çıkış yolu olduğuna dair kabul, kalkınma literatüründeki tartışmalarının merkezinde olmuştur. Ancak, dijitalleşme ile beraber küresel kalkınma tartışmalarının odak noktası, dördüncü endüstri devrimi ile beraber, zaten sayıca az istihdam edilen gelişmekte olan ülkelerdeki işgücünün gelecekte ne olacağı sorusudur.

Günümüzde, paradoksal bir şekilde endüstrileşmiş ülkelerin en gelişmiş hizmet sektörüne sahip olduğu görülmektedir. Bu durum post-endüstri toplumlarının sosyo-ekonomik gerçeğidir. Mevcut zamanda, ülkelerin ekonomik gelişme konusunda gösterdikleri ilerlemeleri karşılaştırmanın bir yolu, gelişmiş ülke ekonomilerinde en büyük paya sahip olan hizmet sektörünün bu ülkelerin ekonomilerinde ne kadar yer kapladığına bakmaktır. Zira az gelişmiş ülkelerin ekonomilerinde tarımı en büyük paya sahiptir, gelişmekte olan ülkelere ise endüstri sektörü büyümeye devam etmektedir (Piech, 2002, ss. 63-65).

Ancak, ekonomik gelişme olgusuna "makro-tarihsel" bir bakış açısından bakarsak, başka bir önemli nokta fark edilebilir. 2000'lerden bu yana hizmet sektörü içinde bilgi (veri) alışverişinin payı artmıştır. Ayrıca, endüstri sektöründe giderek daha fazla şirket teknolojik olarak ileri ürünler üretmektedir. Bir başka deyişle onlar da bir tür bilgi alışverişiyle ilişkilidir. Bu bilgi faktörü, bazı durumlarda, örneğin çağdaş, küresel sermaye piyasalarında, geleneksel faktörler olan işgücü, toprak ve sermayeden daha da önemlidir. Bir finansal kurumun kar elde etmek istemesi için yeterli miktarda parasının olması yeterli değildir. Aynı zamanda, kâr elde edebileceği şeyler hakkında bilgi sahibi olmalı ve rakiplerinden daha önce karar verebilmelidir- sanayilerin veya hatta sanayinin

¹ "Digital" terimi, Latince parmak anlamına gelen "digitus" kelimesinden türetilmiştir (Quinion 2002). "Dijitalizm" kavramı biraz kafa karıştırıcı olabilir. Tümü, giderek daha yoğun hale gelen modern teknolojiler, sadece iki rakamın kullanıldığı ikili bir formatta kodlanmış bilgiye dayalı olarak çalışır: 0 ve 1. Bilgi devrimi süreci derinleştikçe ve daha fazla ülkeyi ilgilendirdikçe, küresel teknolojik yayılma gerçekleşir. Dolayısıyla, dijital yazılım kullanımı daha yoğun hale gelir. Günümüzde dijital yazılım olmadan ekonomik kalkınmanın devam etmesi mümkün gözükmemektedir (Bowen, P. & Giannini, T. 2023).

kesirlerinin ne kadar önemli olduğu sıkça görülmektedir. Pazara yeni ürünlerin girişinde de benzer bir durum söz konusudur: burada üretici Sadece üretmekle kalmamalı, aynı şeyi rakiplerinden önce üretmelidir. Bu ise üreticinin gerektiği zamanda (tam zamanında) uygun bilgiye sahip olması anlamına gelir. Zamanla, bilginin aktarımı giderek daha çok kâğıt üzerinden değil de dijital platformdan gerçekleşmeye başlamıştır (Piech, 2002, s. 66).

Bilgi teknolojisinin muazzam dönüşüm potansiyeli, neoliberal dijitalizm tarafından yeniden şekillendirilen ve yeniden üretilen eşitsizlik gerçeği tarafından çürütülür. Zira yeni dönem ekonomisi, değeri, yaratıcı yollarla emekten sermayeye yönlendiriyor olsa da emek sömürsünün biçimleri hâlâ aynı gözükmektedir. Küresel ve yerel az gelişmiş bölgelerin ekonomik gelecekleri neoliberal dijitalizme karşı mücadele etme yeteneğine bağlı olacaktır. Bu bağlamda, çalışanların, kendilerini gözetleme imkanı veren dijital mekanizmalara karşı, insanca çalışma koşullarını talep etmeleri önemlidir. Bu belirsiz dönemde bazı soruların cevapsız kaldığı da gözden kaçırılmamalıdır. Bu dijital teknolojiler sermaye akışını yeniden şekillendirecek mi yoksa sadece güçlendirecek mi? Devlet, dijital teknolojilerin yarattığı yeni iş biçimlerinden gelir elde ederek bunu çoğunluğun yaşam koşullarını iyileştirmek için kullanacak mı? İşçiler, teknolojik yenilikleri kendi lehlerine nasıl kullanabilecekler? Bu yeni iş modelleri, değer dağılımının desenlerini ve hızını değiştirerek, gıda tüketimi veya diğer malların ekolojik olarak sürdürülebilir tedarik sistemlerine doğru evrimini sağlayabilecek mi? Bunlar, belirsizlikler barındıran yeni dünya düzenini çözümlmek için üzerine düşünmemiz gereken bazı büyük ve ucu açık sorular olarak karşımızda durmaktadır.

Kısacası günümüzde teknoloji, toplumsal değişimin en önemli unsurlarından biridir. Bilgi endüstrisi, önümüzdeki yıllarda küresel sermaye birikiminin ana kaynaklarından biri olmaya devam edecek gibi gözükmektedir. Ancak teknolojik değişim, üretim ilişkilerini bozma ve değiştirme eğilimindedir. Günümüzde ekonominin arkasındaki teknoloji, emeği düzenleyen zaman ve mekânı dramatik bir şekilde şekillendirmektedir. Örneğin, günümüzde çalışma şekli ve hatta üretim süreci, bir mobil telefonun bağlandığı dijital platformlar aracılığıyla artık her yerde ve her zaman gerçekleştirilebilir bir hale gelmiştir. Bunun sonucu olarak, istihdam esnekliği zamanın olmadığı bir mekanda bir seçeneksizlik haline rahatlıkla dönüşebilmektedir.

Dijitalizmin Politik Ekonomisi:

Dijitalizm ekonomi ilişkisi düşünüldüğünde, dijitalizmin hem önemli fırsatlar ve hem de çeşitli zorluklar yarattığını söylemek yerinde olacaktır. Dijitalizm ve

ekonomi arasındaki ilişkiyi anlamamıza yardımcı olacak bazı temel öğeler şöyle sıralanabilir:

- **Dijital Dönüşüm:** Dijital teknolojiler, finans, perakende, imalat ve hizmetler gibi ekonominin çeşitli sektörlerini temelinden dönüştürmüştür. Süreçlerin dijitalleştirilmesi, otomasyon ve veri analitiği, bu sektörlerde verimlilik, üretkenlik ve yenilikleri artırmıştır. Örneğin, e-ticaret platformları geleneksel perakende modellerini sarsarak çevrimiçi alışverişi mümkün kılmış ve tüketici davranışını değiştirmiştir (Brynjolfsson ve McAfee, 2014).
- **Dağıtım ve Yeni İş Modelleri:** Dijitalizm, paylaşım ekonomisi (örneğin, Uber, Airbnb), serbest çalışma ekonomisi platformları (örneğin, Upwork, TaskRabbit) ve dijital pazar yerleri (örneğin, Amazon, Alibaba) gibi yeni iş modellerinin ortaya çıkmasını kolaylaştırmıştır. Bu yeni modeller genellikle dijital platformları ve verileri kullanarak alıcıları ve satıcıları bir araya getirerek piyasa verimliliğini arttırmış ve yeni değer kaynakları yaratmıştır (Schiavi ve Behr, 2018).
- **Küreselleşme ve Dijital Ticaret:** Bu yeni bilgi teknolojileri, ticaretin dijitalleşmesini sağlayarak ekonomik faaliyetlerin küreselleşmesini hızlandırmıştır. E-ticaret platformları ve dijital ödeme sistemleri, işletmelerin pazar erişimini arttırmış ve yeni pazarlara giriş engellerini azaltmıştır. Dijital ticaret, dijital mal, hizmet ve veri akışına olanak sağlayarak ekonomik büyümeyi ve yeni fırsatları desteklemiştir (Ahmedov, 2020).
- **Veri Odaklı Ekonomi:** Dijital teknolojilerin yaygınlaşması büyük miktarda veri oluşmasına neden olmuş ve bu da ekonomik faaliyetler için değerli bir kaynak haline gelmiştir. Veri analitiği, yapay zeka, verilerden içgörüler elde etmek, karar verme süreçlerini iyileştirmek, hizmetleri kişiselleştirmek ve inovasyonu teşvik etmek için kullanılmaktadır. Bu bağlamda veri, yeni bir ekonomik sermaye biçimi haline gelmiş ve rekabet avantajının temel itici gücü olmuştur (Haucap, 2019, ss.201-202).
- **İşgücü Piyasa Dinamikleri:** Dijitalizm, işgücü piyasası üzerinde de etkili olmuştur. Dijital alanlarda yeni iş fırsatları yaratırken aynı zamanda geleneksel istihdam kalıplarını da bozmuştur. Otomasyon ve yapay zeka, belirli türdeki işleri değiştirme potansiyeline sahiptir ve bu durum iş kaybı, beceri açıkları ve gelir eşitsizliği gibi konularda endişelere neden olmaktadır. Dijital platformlar tarafından mümkün kılınan esnek ekonomi, işçi hakları ve iş güvencesi konularında tartışmalara yol açmıştır (Sart ve Orkun, 2021).

- **Politika ve Düzenleme:** Dijitalizmin yükselişi, politika yapıcılarını yeni çıkan zorluklara yanıt verebilmek için düzenlemeler getirmeye ve mevcut politikaları bu yeni koşullara adapte etmeye teşvik etmiştir. Veri gizliliği, siber güvenlik, fikri mülkiyet hakları, rekabet ve dijital ekonomide vergilendirme gibi konular dijitalizmin yükselişi ile birlikte dikkatli bir şekilde ele alınması gereken konular olmuştur (Özoral ve Civelekoglu, 2021). Bu yeni dönemde hükümetler, inovasyonu ve büyümeyi teşvik ederken bir yandan da tüketiciyi koruma, adil rekabet ve toplumsal refahı sağlama konularında dengeyi kurmaya çalışmaktadır.

Dijitalizm, yukarıda bahsedilen işgücü piyasa dinamikleri ve politika yapımı açısından bir takım yeni meselelere kafa yormayı gerektirirken, aynı zamanda bir takım ciddi zorlukları da beraberinde getirmektedir. Bunlardan bazıları şöyle sıralanabilir:

Dijital Eşitsizlik: Dijital teknolojilerin hızlı ilerlemesi, mevcut sosyal ve ekonomik eşitsizlikleri daha da kötüleştirmesi ve hem ülkelerin içerisinde hem de ülkeler arasında dijital bir uçuruma yol açması mümkündür. Bütün bireylerin dijital altyapıya, internet bağlantısına ve gerekli dijital becerilere eşit erişimi olmadığı aşikardır. Bu uçurum, dezavantajlı grupların dijital hizmetlere, eğitime, iş fırsatlarına ulaşmada ve dijital ekonomiye katılmada geri kalmalarına sebep olabileceği unutulmamalıdır (Robinson, Cotten, Ono, Quan-Haase, Mesch, Chen ve Schulz, 2015, ss. 571-75)

Veri Gizliliği ve Güvenliği: Kişisel ve hassas verilerin artan şekilde toplanması, depolanması ve paylaşılması veri gizliliği ve güvenlik endişelerini ortaya çıkarmaktadır. Gerçekten de yetkisiz erişim, veri ihlalleri ve kişisel bilgilerin yanlış kullanımı bireylerin zararına yol açabilir. Siber suçların yaygınlaşmasının ve bu bağlamda dijital sistemlerin ve ağların korunamamasının, önemli politik ve ekonomik riskleri de beraberinde getireceği öngörülebilir. (Tapscott ve Tapscott, 2016).

Sahte Haberler ve Yanlış Bilgilendirme: Dijital platformların ve sosyal medyanın yaygınlaşması, sahte haberlerin ve yanlış bilgilerin yayılmasını artırmıştır. Bu durum, kamu güvenini zayıflatabilir, kamuoyunu manipüle edebilir ve siyasi süreçlere etki edebilir. Yanlış bilgilendirme kampanyaları ve çevrimiçi bilgi manipülasyonu, seçimlerden politik kararlara ve hatta toplumsal uyuma kadar uzanan olumsuz sonuçlara sebep olabilir.

Geleneksel Endüstrilerin Bozulması: Dijital teknolojiler ve yenilikçi iş modelleri, geleneksel endüstrileri bozarak iş kayıplarına ve ekonomik yerinden edilmelere yol açabilir. Otomasyon ve yapay zeka destekli sistemler, insan gücünün yerine geçebilir ve işsizlik, gelir eşitsizliği halihazırda var olan

problemlerin çok daha kronikleşmesine sebep olabilir. Bu bozulma, toplumsal huzursuzluk ve teknolojik değişime direniş de dahil olmak üzere çeşitli politik ve sosyal ve ekonomik sonuçlar doğurabilir (Stiglitz, 2014, ss.154-160).

Piyasa Hakimiyeti ve Monopolistik Uygulamalar: Dijital platformlar ve teknoloji devleri, önemli bir piyasa gücü elde etmiştir ve bu durum, monopolistik uygulamalar ve rekabeti engelleyici davranışlar konusunda endişelere yol açmaktadır. Piyasanın kontrolünün birkaç şirketin elinde yoğunlaşması rekabeti baskılayabilir, tüketici seçimini sınırlayabilir ve yeni oyuncuların piyasaya girişini engelleyebilir. Politika yapıcılar, bu dijital devleri düzenlemek ve adil rekabeti sağlamak, tüketicilerin ve küçük işletmelerin çıkarlarını korumak konusunda zorluklarla karşı karşıyadır (Stiglitz, 2019, ss.187-210).

Dijital Yönetişim ve Düzenleme: Dijital gelişmelerin hızlı temposu genellikle düzenlemeleri ve yönetim mekanizmalarını geride bırakır. Politika yapıcılar, gelişmekte olan teknolojilere ve bunların ekonomi ve toplum üzerindeki etkilerine ayak uydurmakta zorlanır. Adil bir düzenleme, tüketicinin korunması ve kamu çıkarının gözetilmesi, dikkatli politika yapımı ve hükümet, sanayi paydaşları ve sivil toplum arasında işbirliği oluşturmayı gerektirir. Bu zorlukların çözümleyici bir bakış açısı ile ele alınması, politika müdahalelerini, düzenleyici çerçeveleri, dijital okuryazarlık girişimlerini ve etik düşünceleri içeren kapsamlı bir yaklaşım gerektirmektedir.

2. b. Dijitalizm Sonrası Neoliberalizm ve Geleceği:

Bugün toplumları derinden etkileyen ve onları köklü bir şekilde değiştirecek olan teknolojideki gelişmeleri göz ardı etmek imkansızdır. İnsan evrimi teknolojik ve bilimsel ilerleme tarafından egemenlik altına alınmış olduğundan, her ikisi de gerçek dünya ile etkileşime geçer ve ekonomiye ve dolayısıyla toplumumuza ve yaşamlarımıza etki eder. Her tarihi dönem ve dolayısıyla her ekonomik ve siyasi dönem, kendi özel yolunu izlemiş ve göreceli kolektifin paradigmasını oluşturan belirli karakteristiklere sahip olmuştur. Zaman dilimine bakarak, ekonominin ipuçlarını ve piyasanın talepleriyle birlikte yürüyen inovasyonları gözlemleyebiliriz. Bunu yaparak toplumun genel bir tasvirini ve dolayısıyla toplumun kendisini tanımlayabiliriz.

Farklı ekonomik modeller, farklı toplumsal sınıfların oluşumuna yol açar (köleler, toprak ağaları, tüccarlar işçiler, girişimciler vb.). Kuşkusuz, feodalizm, Ortaçağ'dan XVI. yüzyıla kadar çözülmeden uzanan uzun süreli bir ekonomik sistemdi. Tarımsal üretime dayanan bu sistem, sadece toprak ve iş gücüne ihtiyaç duyuyordu. İlk tekstil fabrikalarının inşaa edilmesi ve buharlı makinelerin icadıyla

birlikte Birinci ve daha sonra İkinci Endüstri Devrimi gerçekleşti.² Bu makineleri yeterince yoğun bir şekilde kullanarak kâr elde etmek için bankacılık sisteminin geliştirilmesi gerekiyordu. Zira başarı için sadece insan emeği değil, aynı zamanda fabrikaları inşa etmek ve daha sofistike ürünler üretmek için sermaye de gerekiyordu. XX. yüzyılın başında endüstri devriminin bir sonraki adımı gerçekleşti. Ve bununla beraber sermayenin yanı sıra, önceden olduğundan daha iyi çalışacak biçimde üretimi düzenlemek için bilgiye de ihtiyaç duyuldu. Toplumsal gelişmenin ilerlemesiyle birlikte ekonomide hizmet sektörünün büyüklüğü arttı.

Kısacası teknolojiye dayalı gelişme bugün ilk kez görülmemiştir: tarihte çok da uzaklara gitmeden, Sanayi Devrimi'ne bakarsak da durum böyleydi ve bugünkü Dijital Devrim de benzer şekilde gelişecek gibi gözükmemektedir. Aslında şu anda, gerçekten de, makinelerin fabrikalara girişiyle ortaya çıkan yeniliklerin dünyanın toplumunu etkilediği 1800'lerdekine benzer koşullarda bulunduğumuzu söylemek mümkündür. O dönemde Sanayi Devrimi ile beraber yükselen işçi sınıfının çalışma koşullarını ve yaşam düzeylerini iyileştirmek için eğitim hakkı, yüksek ücret ve sosyal güvence gibi bir takım ekonomik ve sosyal haklar talep ettiği görülmüştür. Böylelikle tarih boyunca ortaya çıkmış en iyi siyasi sistem olan liberal demokrasi tabana yayılarak kitleselleşmiş ve bugünkü siyasi ve sosyal yapının oluşmasına hizmet etmiştir.

Üçüncü Endüstri Devrimi, genellikle dijital devrim veya bilgi çağı olarak adlandırılır. 20. yüzyılın sonlarında dijital teknolojilerin yaygın kullanımıyla ortaya çıkmıştır. Bu dönemde bilgi teknolojisi, telekomünikasyon ve internetin hızlı ilerlemesi tüm üretim şeklini ve sınıflar arası ilişkiyi değiştirmiştir. İş gücüne dayalı emeğin üretimdeki önemi azalırken bilginin üretimdeki rolü hızla yükselmiştir. Üçüncü Endüstri Devrimi'nin, bilgi temelli ekonomilerin gelişmesine, dijital ekonominin yükselmesine ve küresel piyasaların birbirine bağlanmasına önemli etkilerde bulunduğunu söylemek yanlış olmaz. Bu dönemde kişisel bilgisayarlar, internet, mobil cihazlar ve dijital iletişim ağları gibi önemli yenilikler gerçekleşmiştir. Toparlayacak olursak İkinci Endüstri Devrimi modern endüstrileşmenin temellerini atmışken, Üçüncü Endüstri

²İkinci endüstri devrimi, aynı zamanda teknolojik devrim olarak da bilinir, 19. yüzyılın sonu ve 20. yüzyılın başlarında gerçekleşti. Bu dönemde teknolojiye önemli ilerlemeler ve elektrik enerjisi, içten yanmalı motor ve seri üretim tekniklerinin yaygın kullanımı gibi özellikler ön plana çıktı. Bu dönemde telegraf, telefon, elektrik ampülü, otomobil ve montaj hattı gibi önemli yenilikler gerçekleşti. Bu yenilikler, imalat, ulaşım, iletişim ve tarım gibi sektörleri kökten değiştirerek verimliliği artırdı, kentselleşmeyi hızlandırdı ve ekonomik büyümeye katkı sağladı. İkinci endüstri devrimi, modern endüstriyel toplumların gelişiminde kritik bir rol oynadı ve ileri teknolojik gelişmelerin temelini attı.

Devrimi dijital çağı başlatarak toplumun çeşitli alanlarını ve küresel ekonomiyi dönüştürmüştür.

Farklı bakış açılarından ekonomik ve politik sistemlerin evrimine ilişkin bazı bilgiler Şekil 1’de sunulmaktadır. Aşağıdaki tabloda tarih boyunca görülmüş olan farklı ekonomik ve politik sistemlerin sadece birkaç temel özelliği seçilerek bu sistemlerin zaman içerisindeki değişimi açıklanmaya çalışılmıştır.

Tablo 1:

<u>Üretim Sekli ve Teknolojisi</u>	<u>Üretim araçları</u>	<u>Tarih</u>	<u>Ekonomik Sistem</u>	<u>Sivasi Sistemler ve popüler sivasi akımlar</u>
Tarım Araçları	Toprak ve emek	18. yüzyıla kadar	Feodalizm	İmparatorluk, krallık, sultanlık
Buharlı Makineler	Emek ve sermaye	19. yüzyıl	Endüstriyel ekonomi, kapitalizm	Ulus devletler, milliyetçilik
Elektrikli Makineler	Sermaye, bilgi birikimi ve emek	20. yüzyıl	Hizmet ekonomisi, liberalizm	Demokrasi
Bilgisayar ve internet	Bilgi ve bilgi birikimi, sermaye	21. yüzyıl	Neoliberalizm, dijitalizm	Popülizm, otoriter kapitalizm

Son Endüstri Devriminin ortaya çıkardığı siyasi değişimler son yıllarda inkar edilemez şekilde etkisini göstermektedir. Büyük kitlelerin siyasi partilerden çok, güçlü bir lidere destek vermesi bu siyasi değişimin sonuçlarındandır. Zira popülizm, son yıllarda dünya genelinde artan bir trend olarak dikkat çekmektedir. Popülist liderler ve hareketler, genellikle toplumun belirli bir kesimine odaklanarak, onların endişelerini ve memnuniyetsizliklerini söylem ve politikalarına yansıtmaktadır. Bu popülist liderler, sıklıkla politik ve ekonomik elitlere karşı çıkarlarını savunan bir retorik kullanmaktadır. Popülizmin yükselişinin nedenleri karmaşık olmakla birlikte, ekonomik eşitsizlik, kültürel değişimler, küreselleşme ve toplumsal huzursuzluk gibi faktörlerin etkili olduğu söylenebilir (Mansbridge ve Stephen, 2019, s. 59). Popülizm, çoğu zaman siyasi sisteme, kurumlara ve geleneksel siyasetçilere yönelik bir tepki olarak ortaya çıkmaktadır. Bu durum ilerde, siyasi ve toplumsal düzeyde önemli sonuçlara yol açabilir ve liberal demokrasinin sürdürülebilirliğini etkileyebilir.

Bu bölümde son olarak dijitalleşmenin ortaya çıkmasıyla neoliberalizmin nasıl bir dönüşüm geçirebileceğini tartışacağız. Önceki bölümde neoliberalizmin, serbest piyasa, bireycilik ve ekonomiye sınırlı devlet müdahalesi gibi kavramları vurgulayan bir ekonomik ve siyasi ideoloji olduğu belirtilmişti. Dijitalleşmenin

ortaya çıkmasıyla, neoliberalizmin yeni ekonomik ve sosyal gerçeklere uyum sağlama potansiyeli üzerine farklı argümanlar ortaya atılmıştır. Dijitalleşmeden sonra neoliberalizmin kendini yeniden şekillendirme potansiyeline dair ana argümanlar şu şekilde özetlenebilir:

1. Neoliberalizm, değişime uyum sağlayabilir ve yeni teknolojilere ve ekonomik koşullara esnek bir şekilde cevap verebilir.
2. Dijitalleşme, girişimcilik ve yenilikçilik için yeni fırsatlar yaratmıştır ve bu da bireycilik ve serbest piyasa değerleriyle uyumludur.
3. Dijitalleşme, geleneksel endüstrileri sarsan ve neoliberal prensiplere uygun yeni değer yaratma ve dağıtma biçimleri oluşturan platform ekonomisinin büyümesine yol açmıştır.
4. Dijitalleşmenin yükselişi, neoliberalizmin temel değerleri olan şeffaflığı ve hesap verebilirliği teşvik edebilen yeni bağlantı ve iletişim biçimleri oluşturmuştur.

Dijitalleşmeden sonra neoliberalizmin kendini yeniden şekillendirme potansiyeline dair argümanlara karşı çıkılan noktalar ise şöyle sıralanabilir:

1. Neoliberalizm, bilgi eksiksizliği varsayımına dayanır ve bilginin dijital çağda sıklıkla siyasi veya ekonomik kazanç için gizlendiği veya manipüle edildiği gerçekçi değildir.
2. Dijitalleşme, teknoloji devlerinin tek el gücünün yükselmesine olanak sağlamış ve neoliberalizmin savunduğu rekabet ve serbest piyasaları zayıflatmıştır.
3. Dijitalleşme, neoliberalizmin bireycilik değerlerine meydan okuyan yeni eşitsizlik ve dışlanma biçimleri oluşturmuştur.
4. Dijitalleşmenin yükselişi, sosyal ve çevresel sorunları ele almadaki neoliberal politikaların yetersizliklerini ortaya çıkarmıştır ve bu sorunlar dijital çağda giderek daha baskın hale gelmektedir (Younkins, 2002)

Özetle, dijitalleşme sonrasında neoliberalizmin kendini yeniden şekillendirme potansiyeline dair argümanlar olsa da, dijitalleşmenin getirdiği yeni ekonomik ve sosyal gerçeklikler karşısında bu görüşün yüz yüze olduğu önemli zorluklar ve eleştiriler de mevcuttur. Sonuç olarak, neoliberalizmin dijital çağa uyum sağlama yeteneği, temel prensiplerini yeni ekonomik ve sosyal gerçekliklerle uzlaşma becerisine bağlı olacaktır.

Sonuç

Bu çalışma küreselleşmenin ekonomik ayağı olan neoliberalizmi yükselen olgu dijitalizm ekseninde tartışmayı amaçlamış ve bu bağlamda dijitalizm ve

ekonomi arasındaki ilişkiyi, dijital çağda neoliberal ekonomik sistemlerin nasıl bir değişim geçirebileceğini sorusu özelinde incelemiştir. Küreselleşmenin etkileri karmaşıktır ve tartışmalıdır. Bazıları, küreselleşmeyi yeni bir dünya düzeninin oluşumunu işaret eden pozitif bir süreç olarak görürken, bazıları da küreselleşmenin düzensizliğe veya olumsuz sonuçlara yol açabileceğini düşünmektedir. Küreselleşmenin yeni olgusu olan neoliberal dijitalizmin yeni dünya düzensizliğine neden olacak bazı olumsuz etkileri makalede belirtilmiştir.

Önceki bölümlerde bahsettiğimiz gibi neoliberal ekonomi ile şekillenen küreselleşme Chomsky'ye göre kar ve ekonomik büyümenin peşinde genellikle sosyal refahın göz ardı edildiği, yoksulluğun ve eşitsizliğin arttığı bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır. İşte bu yüzden Adorno eleştirilerinde uluslararası şirketler ve küresel finansal kurumların siyasi ve ekonomik karar alma süreçleri üzerindeki etki ve gücüne değinerek, küreselleşme karşısında demokratik kontrolün erozyonundan duyduğu endişeyi dile getirir. Benzer şekilde Klein da karın peşinden gitmenin ayrıcalıklı elitleri orantısız bir şekilde faydalandırdığını ve eşitsizliği körüklediğini dile getirirken, neoliberal politikaların eşitsizlikleri derinleştirdiğine, demokratik süreçleri zayıflattığına ve piyasa güçlerinin tekelinde sosyal ve ekonomik hakları aşındırdığına vurgu yapar. Bu çalışmada bahsedilen eleştirilerin vurguladığı gibi küreselleşme ile belirginleşen yoksulluk, eşitsizlik, gelir dağılımının bozulması gibi sorunların dijitalleşme ile beraber daha da keskin bir hal aldığı savunulmuştur. Başka bir deyişle, bazı argümanlar küreselleşmenin devletler arası sistemde yeni bir düzen oluşturduğunu savunurken, bu çalışmada küreselleşmenin mevcut düzeni bozduğu ve zayıflattığı vurgulanmaktadır.

Küreselleşme retoriğinin ekonomi ve politika alanında bir dizi "son"u tetiklediği iddiası, şu anda çok yönlü bir tartışmaya tabi tutulmaktadır ve bunun yanı sıra yeni bir küresel düzenin ortaya çıkmasını da simgelemektedir. Çeşitli postmodern tartışmalar bağlamında, tarih, büyük anlatılar ve sosyal devletin sona erdiği fikri ileri sürülmektedir. Bununla birlikte, toplumsal gerçekliği gözlemlediğimizde, küreselleşme süreci tarafından başlatılan aşınma ve dönüşümlere rağmen, söz konusu "sonların" gerçekleşmesinin doğrulanmasında henüz başlangıç aşamasında olduğumuzu kabul etmek önemlidir. Günümüzü yaşamak genellikle benzersiz ve özel bir zaman balonunda yaşama izlenimiyle çevriliyor, ancak farklı zaman dilimlerinde yaşayanların da benzer değişimleri deneyimlediğini unutmamak gerekir. Görünen o ki kapitalizm çağının solgunlaştığı ve kendimizi yeni bir çağa, dijitalizm çağına hazırladığımız gerçeğini yadsımadan geleceğimizi tasarlamalıyız. Ve bunu da tam da Stiglitz'in belirttiği gibi, küreselleşmenin yeniden şekillendirilmesinin mümkün olduğu düşüncesiyle ve bu bağlamda, büyümenin sonuçlarının daha eşit ve adaletli bir

biçimde bölüşüldüğü bir küresel ekonominin oluşturulmasıyla gerçekleştirmeliyiz.

Politikanın bir ayrıcalığı olan gücün büyük bir kısmı, ya da daha doğru bir ifadeyle devletlerin sosyal ve ekonomik yapılarında mevcut olan güç, bugün Google, Facebook ve Uber gibi özel nitelikte olabilen dijital varlıkların eline geçmektedir. Bu nedenle, blok zinciri teknolojisinin sahip olacağı etki hiçbir şekilde göz ardı edilemez. Bu perspektiften hareketle, merkezileşmiş olan bilgi kontrolünün, yani "güç ve hak" olarak anlaşılan bilginin kontrolünün ağ tarafından dağıtılmış ve paylaşılmış olması gerekliliği adil bir sosyal yaşam için gerekli gözükmemektedir. Dijital teknolojik üstünlüğün özel kişilerin ayrıcalığı olmaktan çıkıp, kolektif tarafından paylaşılan bir zenginlik olması gerekmektedir. Hükümet çevreleri de, dijitalleşmenin etkisinin boyutlarını analiz etmeli, rekabetçi yeni girişimler için teşvikler verirken, tehdit oluşturabilecek güç birikimlerini engellemek için yasal müdahaleler ve gizlilik haklarının korunması ve doğru bilginin özgürce dolaşımı gibi hususlarda gerekeni yapmalıdır. Tüm bunlar ve daha fazlası dijital çağda gerekli politikalarlardır. Zira çözüm ve umut, ortak iyiliğe odaklanan düzenlemelerde yatar ve ancak böylelikle barışçıl ve sağlıklı bir toplum yaratılıp korunabilir.

Son olarak, dijital teknolojinin ve üretimin dayandığı veri platformu, yakın gelecekte yeni uluslararası politik ve ekonomik düzenlemelere ihtiyaç duyacaktır. Güç ilişkilerinin ve bu ilişkilerden bağımsız düşünemeyeceğimiz düzenleme ve kurumların nasıl yapılandırılabileceğini anlamak için karşılaştırmalı çalışmalara ihtiyaç vardır. Bu çalışma bu konularda araştırma yapmak isteyenlere bir yol haritası sunmayı amaçlamıştır.

KAYNAKÇA

1. Adams, S. (2008). Globalization and income inequality: Implications for intellectual property rights. *Journal of Policy Modeling*, 30 (5), ss. 725-735.
2. Adorno, T. W. (2003). Kültür endüstrisini yeniden düşünürken (B. O. Doğan, Çev.), *Cogito*, 36, ss. 76-84.
3. Aktan, C. C. (1994). *Gerçek liberalizm nedir?*. İzmir: T Yayınları.
4. Bowen, P. & Giannini, T. (May 23, 2023). Digitalism: the New Realism? Konferans: EVA Londra, 2014 Conference: Electronic Visualisation and the Arts: BCS Londra, UK.
DOI: 10.14236/ewic/eva2014.38
5. Chomsky, N. (1999). *Profit over people neoliberalism and global order*. New York: Seven Stories Press.
6. Friedman, T. L. (2000). *The Lexus and the Olive Tree*. New York: Anchor Books.
7. Fukuyama, F. (1992). *The end of history and the last man*. London: Hamilton.
8. Gezgin, S. (2005). Küreselleşmenin medya ve toplum üzerindeki etkileri. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 21, ss. 9-12.
9. Giddens, A. (2010). *Modernite ve bireysel-kimlik geç modern çağda benlik ve toplum* (Ü. Tatlıcan, Çev.). İstanbul: Say Yayınları.
10. Haucap, J. (2019). Competition and competition policy in a data-driven economy. *Intereconomics*, 54(4), 201-208.
11. Held, D. and McGrew A. (2008). *Küresel dönüşümler büyük küreselleşme tartışması* (A. R. Güngen, Çev.). Ankara: Phoenix Yayınevi.
12. Ikrom A. (2020). The impact of digital economy on international trade. *European Journal of Business Management and Research*, 5(4), 1-7.
13. Klein N. (2010). *Şok Doktrini - Felaket Kapitalizmin Yükselişi* (S. Özgül, Çev.) İstanbul: Agora Kitaplığı.
14. Lombardozzi, L. *Neoliberaldigitalism: The GIG Economy in the global south*, Erişim Tarihi: 1 Nisan, 2020, <https://futuresofwork.co.uk/2020/04/01/neoliberal-digitalism-the-gig-economy-in-the-global-south/>.
15. Mansbridge J. and Macedo S. (2019). Populism and democratic theory. *Annual Review of Law and Social Science*, 15, 59-77.
16. Özoral, B. Ve Civelekoğlu, İ. (2021). Küreselleşme bağlamında akıllı şehir ve politik sınırları: Dubai örneği. *Sosyal Bilimlerde Multidisipliner*

- Çalışmalar Teori, Uygulama Ve Analizler*. İstanbul: Efe Yayınları, 59-83.
17. Piech, K. (2002). Digitalism. In K. Piech (Ed.), *European Economy: Opportunities of Change* (pp.62-70). Poland: The Knowledge Institute.
 18. Quinion, M. (2002) *Ologies and isms: A dictionary of word beginnings and endings*. Oxford: Oxford University Press.
 19. Robinson, L., Cotton, S. R., Ono, H., Quan-Haase A., Mesch G., Chen W. ve Schulz J. (2015). Digital inequalities and why they matter. *Information Communucation & Society*, 18 (5), 2015, 569-582.
 20. Sart G.,Yıldız, O. (2021). Digitalism and jobs of the future. In O. Yıldız (Ed.). *Digital Transformation and Internationalization Strategies in Organizations* (p1-20). İstanbul: IGI Global.
 21. Schiavi, G. S. and Behr, A. (2018). Emerging technologies and new business models: a review on disruptive business models. *Innovation & Management Review*, 15(1), 338-354.
 22. Stiglitz J. E. (2014). *Eşitsizliğin bedeli bugünün bölünmüş toplumu geleceğimizi nasıl tehlikeye atıyor?* (O. İşler, Çev.) İstanbul: İletişim Yayınları.
 23. Stiglitz, J. E. (2019). *People, power, and profits: Progressive capitalism for an age of discontent*. New York: W. W. Norton & Company.
 24. Stiglitz, Joseph E. (2002). *Küreselleşme büyük hayal kırıklığı* (A. Taşcıoğlu, D. Vural, Çev.). İstanbul: Plan B Yayıncılık.
 25. Şaylan, Gencay. (1996). Globalleşme Üzerine Söyleşiler, *Ulusal*, 2, Ankara.
 26. Tapscott, D., & Tapscott, A. (2016). *Blockchain revolution: How the technology behind bitcoin and other cryptocurrencies is changing money, business, and the world*. New York: Penguin.
 27. Tural, N. (2006). *Küreselleşme İletişim Kültürlerarasılık*. İstanbul: Kırmızı Yayınları.
 28. Ulrich, B. (1996). *Risikogesellschaft*. Frankfurt/M: Suhrkamp. Özel Baskı (ilk baskı 1986).
 29. Ulrich, B. (1997). *Was ist Globalisierung?*. Frankfurt/M: Suhrkamp.
 30. Williamson, J. (1990). "What Washington means by policy reform." In J. Williamson (Ed.), *Latin American Adjustment: How Much Has Happened?* (pp. 7-20). Washington D.C.: Institute for International Economics.
 31. Younkins, E. W. (2002). *Capitalism and commerce, conceptual foundations of free enterprise*. Maryland: Lexington Books.

45. Bölüm

Kadının İşgücüne Katılım ve İstihdamını Artırmaya Yönelik Vergi Politikaları

Burçin ESER¹

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Karadeniz Teknik Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümü, burcinyilmazeser@gmail.com, ORCID no: 0000-0003-2623-2822

ÖZET

Ekonomik, sosyal ve kültürel olmak üzere kadınların işgücü piyasasına girişini engelleyen çok sayıda faktör bulunmaktadır. Ülkeler ise ekonomik büyüme ve cinsiyet eşitsizliğini ortadan kaldırmak adına kendi dinamiklerine uygun şekilde politikalar geliştirerek kadın istihdamını artırmaya çalışmaktadır. Bu noktada ise ülkelerin ellerinde müdahale aracı olarak kullanabilecekleri vergi politikaları da yer almaktadır. Vergi politikası, kadının işgücüne katılımını etkileyen ekonomik faktörlere etki yapabilmektedir. Bu çalışma; vergilerin kadının işgücü piyasasına katılımında ve istihdamında teşvik aracı olarak nasıl kullanılabileceğini açıklamayı amaçlamaktadır. Bu amaçla hazırlanan çalışmada öncelikle kadınların işgücüne katılımına ilişkin sayısal göstergeler ele alınmış, ardından kadının işgücü piyasasına katılmasının önündeki engellerden bahsedilmiştir. Daha sonra ise kadın istihdamını artırmaya yönelik politikalardan ve vergi politikasının genel arka planından bahsedilmiştir. Son olarak ise kadınların işgücüne katılımını artırmaya yönelik nasıl bir vergi politikası izlenebileceğinden bahsedilmiştir. Çalışmanın sonucunda kadınların işgücüne girişini engelleyen faktörler arasında yer alan gelir eşitsizliğini azaltmaya yönelik olarak vergi politikasının kullanılabileceği çıkarımı yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kadın İşgücü, Kadın İstihdamı, Vergi Politikası

GİRİŞ

Küreselleşme, insan nüfusunun ve ihtiyaçlarının artışı gibi nedenler dünyada üretim artışını gerekli kılmaktadır. Sürekli olarak refah artışını sağlamaya çalışan ülkeler ekonomik büyümelerini artırmayı hedeflemektedirler. Üretim artışı içinse mevcut üretim faktörlerinin tam istihdamı gerekmektedir. Bu noktada kadınların üretime katılmaları büyük önem arz etmektedir. Bu düşünceden hareketle nüfusun yarısını oluşturan kadınların işgücü piyasalarında tam anlamıyla yer edinmesi günümüzde kaçınılmaz olarak kabul edilmektedir. Diğer taraftan kadınların işgücüne katılımı sadece ekonomik olarak değil sosyolojik olarak da kadınlara yönelik toplumdaki cinsiyet eşitsizliğinin önüne geçilmesine katkı sağlayacaktır. Kadının işgücü piyasasına girişinin önünde temelde cinsiyete dayalı birtakım engeller bulunmaktadır. Bu engellerin kaldırılması içinse ülkeler çeşitli politikalar yürütmektedirler.

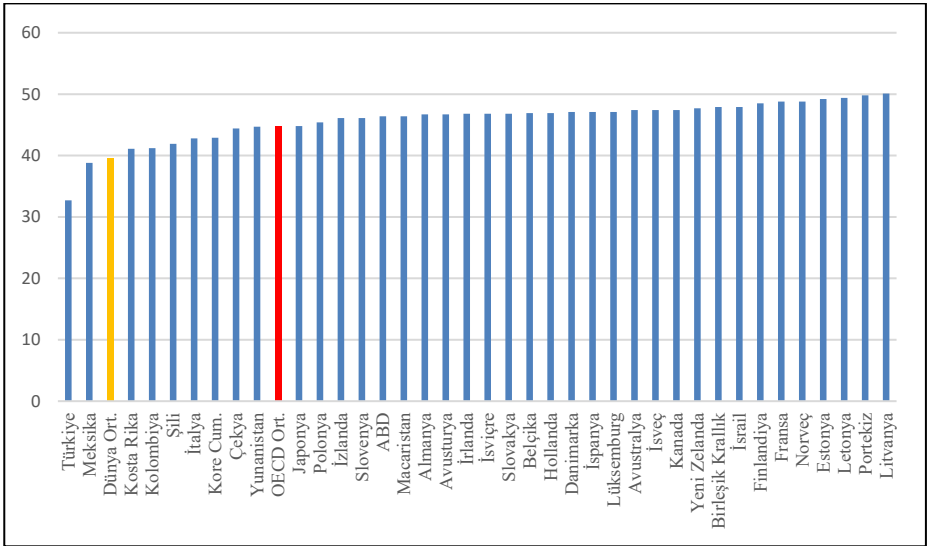
Kadının işgücü piyasasındaki dezavantajlı konumu, kadınların işgücü piyasasına girişini kolaylaştırıcı şekilde düzenlemelerin yapılmasını gerektirmektedir. Bu gereklilik her şeyden önce eşitlik ve adalet ilkelerinin gerektirdiği bir davranış olmalıdır. Kadının elde etmiş olduğu gelirin erkeğinkinden düşük olduğu bilinmektedir. ABD için 2021 yılında standart bir kadın çalışanın ortalama saatlik ücreti enflasyondan arındırılmış olarak 16,02 dolarken bu rakam erkek çalışan için 18,05 dolardır (Statista, 2023). Bu örnek kadının işgücü piyasalarında erkeğe göre dezavantajlı olduğunun göstergelerinden sadece biridir.

Kadınların işgücü piyasasına girişini etkileyen çok sayıda faktör bulunmakta ve bu faktörlere yönelik çeşitli politikalar geliştirilmektedir. Kadınların işgücü piyasasına girişini ve istihdamlarını sağlayan faktörlerden biri olarak vergiler de ele alınabilirler. Bilindiği gibi vergiler sadece devlete gelir sağlama amacı taşımamakta aynı zamanda ekonomik ve sosyal amaçlar için de kullanılabilirler. Bu bağlamda vergiler hem bir teşvik hem de kadının işgücü piyasasına girdikten sonra orada kalmasını sağlayan bir araç olarak kullanılabilirler.

Bu çalışma, vergilerin kadının işgücü piyasasına ve istihdama katılımında teşvik aracı olarak nasıl kullanılabileceğini açıklamayı amaçlamaktadır. Bu amaçla hazırlanan çalışmada öncelikle kadınların işgücüne katılımına ilişkin sayısal göstergeler ele alınmış ardından kadının işgücü piyasasına katılımının önündeki engellerden bahsedilmiştir. Daha sonra ise kadın istihdamını artırmaya yönelik politikalar ve vergi politikasının genel arka planına değinilmiştir. Son kısımda ise kadınların işgücüne katılımını artırmaya yönelik nasıl bir vergi politikası izlenebileceği üzerinde durulmuştur.

KADIN İŞGÜCÜNÜN GELİŞİMİ

Kadın işgücünde küreselleşme sürecinde artış olmakla birlikte henüz yeterli bir seviyeye geldiğini söylemek mümkün değildir. Birçok ülkede politikacılar erkek ve kadınlara istihdam olanakları konusunda eşit şartlar sunmak için çalışmakta ve kadının işgücüne katılımını artırıcı politikalar uygulamaktadırlar. Burada ana hedef cinsiyet ayrımını azaltmak ve böylece aile ve kariyer planlamasını daha kolay yapmaktır. Bu amaç özellikle demografik dönüşüm yaşayan OECD ülkelerinde daha önemlidir. OECD ülkeleri kadının işgücü piyasasına girişini artırarak işgücü arzındaki azalışı azaltmaya çalışmaktadır. Ayrıca nüfusu yaşlanan ülkeler, sosyal güvenlik sistemindeki sorunları çözmek adına kadını işgücü piyasasına çekmeye çalışmaktadırlar (Nikolka, 2016:55). Uygulanan politikaların sonuçlarını göstermek adına temel iki gösterge aşağıda yer almaktadır. Öncelikle aşağıdaki Şekil 1’de toplam işgücü içerisinde kadın işgücünün payı gösterilmektedir.



Şekil 1: OECD Ülkelerinde Toplam İşgücü İçerisindeki Kadın İşgücü Oranı (2022/%)

Kaynak: Worldbank, 2023

Şekil 1’e bakıldığında, OECD ülkeleri arasında kadınların toplam işgücü içerisindeki payının en düşük Türkiye’de olduğu göze çarpmaktadır. Türkiye’de %32,7 olan ilgili oran Dünya (%39,5) ve OECD (%44,7) ortalamasının altındadır. En yüksek orana sahip olan ülkenin ise %50,1 ile Litvanya olduğu görülmektedir. Kadın işgücünün yüksek olduğu ülkelerde kadın nüfusun da daha fazla olduğu gözlenmektedir. Örneğin OECD ülkeleri arasında 2022

yılında en yüksek kadın nüfus oranı Letonya, Litvanya ve Portekiz’de gerçekleşmiştir (Worldbank, 2023).

Yıllar itibarıyla bakıldığında ise kadın işgücü oranında bir artış trendi söz konusudur. 1990-2022 yılları arasında toplam işgücü içerisindeki kadın oranı OECD ülkelerinde %40,9’dan %44,7’ye; Dünyada %39,4’ten %39,5’e ulaşmıştır. Aynı dönemde Türkiye’de ise bu oranın %29,9’dan %32,7’ye yükselmekle birlikte OECD üyesi ülkeleri henüz yakalayamadığı dikkati çekmektedir (Worldbank, 2023).

Kadınların işgücü piyasandaki durumunu gösteren önemli bir diğer gösterge işgücüne katılma oranıdır. Kadının işgücü piyasasına girişi onu hem kendi hem ailesi hem de toplum için ekonomik anlamda değer katan bir hale getirecektir. Kadının işgücü piyasasına katılımının birçok ülkede giderek artmakla birlikte hala çoğu ülkede düşük seviyede kaldığı görülmektedir (Winkler, 2016:1). Bu kapsamda aşağıda yer alan Tablo 1’de kadınların işgücüne katılım oranlarına yer verilmiştir.

Tablo 1: OECD Ülkelerinde Kadınların İşgücüne Katılma Oranı (+15/%)

	1990	2000	2010	2020	2021	2022
ABD	55,9	58,9	57,6	55,7	55,6	56,5
Almanya	45,4	48,9	53,1	55,6	55,5	56,4
Avusturya	43,0	49,4	54,2	55,6	55,9	56,3
Avustralya	52,2	54,5	58,6	60,2	61,2	62,1
Belçika	36,5	43,6	47,7	49,3	50,0	50,6
Birleşik Krallık	52,5	54,2	56,1	58,6	58,3	58,5
Çekya	52,3	51,5	49,3	51,8	51,9	52,3
Danimarka	61,4	60,2	58,9	57,8	58,1	58,9
Estonya	59,6	52,6	55,1	57,1	57,8	60,2
Finlandiya	58,6	56,1	55,9	55,2	55,6	57,1
Fransa	46,6	49,1	51,5	50,6	52,2	52,5
Kore Cumhuriyeti	46,7	49,2	49,9	53,1	53,6	54,6
Hollanda	43,9	54,2	58,7	59,9	60,6	61,3
İrlanda	38,4	50,1	55,3	55,1	57,9	60,3
İspanya	33,3	40,5	51,7	51,1	52,6	52,9
İsrail	46,4	53,5	57,5	58,2	59,4	60,2
İsveç	62,8	58,1	59,0	60,6	60,9	61,6
İsviçre	57,0	57,6	60,0	62,5	62,2	62,4
İtalya	35,0	35,7	38,2	39,8	40,1	41,0

İzlanda	68,1	73,8	70,6	68,9	69,0	71,2
Japonya	50,1	49,2	48,4	53,2	53,5	54,0
Kanada	58,5	59,4	62,4	59,5	60,6	60,9
Kolombiya	51,1	53,3	55,3	50,2	51,7	50,9
Kosta Rika	32,8	38,4	43,9	48,5	50,1	50,1
Letonya	49,8	49,1	53,9	56,0	54,3	55,2
Litvanya	60,2	55,0	52,5	57,3	57,4	58,5
Lüksemburg	33,5	41,3	49,8	57,0	58,1	58,2
Macaristan	46,6	41,4	43,6	48,2	52,4	52,7
Meksika	33,9	38,9	42,9	41,5	44,3	45,7
Norveç	55,3	61,3	61,7	60,2	61,5	64,4
Polonya	53,6	50,0	48,3	48,7	50,3	50,8
Portekiz	47,4	52,7	55,9	53,6	53,8	54,7
Slovakya	59,2	52,3	50,8	51,9	55,1	56,0
Slovenya	51,2	51,4	53,3	53,2	54,1	54,6
Şili	31,1	37,7	45,5	44,6	46,2	48,8
Türkiye	33,9	26,5	26,9	30,8	32,8	34,2
Yeni Zelanda	53,9	57,4	61,6	65,2	66,1	66,5
Yunanistan	35,5	40,6	44,1	43,8	43,9	44,8
OECD Ort.	47,8	49,5	50,9	51,3	52,1	52,8
Dünya Ort.	50,6	50,6	48,8	46,0	46,9	47,3

Kaynak: Worldbank, 2023

Tablo 1'e bakıldığında yine göze çarpan ilk hususu 2022 yılında Türkiye'nin OECD ülkeleri arasında %34,2 ile en düşük seviyeye sahip ülke olduğu oluşturmaktadır. Türkiye bu oranla hem Dünya hem de OECD önemli miktarda altında yer almaktadır. İzlanda ise kadın nüfus içerisinde işgücüne katılımın %71,2 oranıyla en yüksek olduğu ülkedir. Genel olarak bakıldığında ele alınan dönemde bu oranın Dünya genelinde düştüğü, OECD üyesi ülkelerde ise arttığı görülmektedir. Ağırlıklı olarak gelişmiş ülkeleri kapsayan OECD'nin Dünya ortalamasındaki seyirden farklılaşması gelir düzeyinin kadın istihdamı ile ilintili olduğunu ortaya koymaktadır. Diğer taraftan kadınların işgücü piyasası içerisindeki yerinin ülkeler arasında farklılaştığı görülmektedir. Bu farklılıklar ise ekonomik, sosyal ve kültürel birçok gerekçeye bağlıdır. Her ülkenin kendine has özellikleri bulunmakta ve kuşkusuz bu özellikler kadının işgücü piyasasındaki yerini belirlemektedir.

KADININ İŞGÜCÜ PİYASASINA GİRİŞİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER

Kadınların işgücüne katılımını etkileyen çok sayıda faktör bulunmaktadır. Bu faktörler genel olarak kadın-erkek ücret eşitsizliği, toplumdaki egemen cinsiyet olgusu, ücretsiz aile işçisi olarak çalışma, cam tavan sendromu, kadının eğitim durumu, medeni durumu, aile ve eş özellikleri, çocuk bakımı, yasal düzenlemeler olarak sayılabilir (Akdemir vd. 2019: 189-190; Gençtürk, 2022: 374-384). Bu faktörlerin yanı sıra din de önemli bir etki yaratabilmektedir. Örneğin İtalya ve İspanya gibi Katolik ülkelerde ve Mısır gibi daha ataerkil olma eğilimindeki Müslüman ülkelerde, kadınların işgücüne katılım oranları daha düşük olma eğilimindedir. Ayrıca eski Sovyetler Birliğinde nispeten yüksek olan kadın istihdam oranlarında görüldüğü gibi, siyasi ideoloji de bu hususta rol oynayabilmektedir (Winkler, 2016: 5).

Burada bahsedilen gerekçeler temelde cinsiyetin sonucu olarak ortaya çıkmaktadır. Cinsiyet günümüzde de birçok ülkede kadınların erkeklerden daha az istihdam edilmelerinin temel nedenini oluşturmaktadır. Aynı zamanda kadınların erkeklere kıyasla tam zamanlı bir işte çalışmaları daha düşük ihtimal olarak durmaktadır. Kadın ve erkeklerin çalışmış oldukları sektörlerin farklılaşması, kadınların daha düşük gelirli işlerde çalışması ve daha düşük ücret alması, ev sorumluluğunun kadında olması cinsiyete dayalı sorunların birkaçını oluşturmaktadır (Arda Özalp, 2021: 94-95).

Her ne kadar kadınların işgücüne katılımını etkileyen faktörler belirleyici olsa da ülkenin gelişmişlik düzeyi de bu noktada son derece etkili olmaktadır. Kadınların işgücü piyasalarındaki durumuna bakıldığında; geçimlik tarıma katılma eğiliminde oldukları ekonomik kalkınmanın ilk aşamalarında çok yüksek olduğu; ekonominin gelişmesiyle birlikte önce azaldığı sonra ise arttığı gözlenmektedir. Bu durum literatürde U şeklindeki eğri ile ifade edilmektedir. Tarıma dayalı ekonomide yüksek kadın istihdamı bulunmaktayken, sanayiye dayalı ekonomiye geçerken önce kadın istihdamı azalmakta, ardından kadınlar eğitim alıp beyaz yakalı işlere geçtikçe tekrar artmaktadır (Winkler, 2016: 5). Dolayısıyla yukarıda bahsedilen faktörlerin önemli kısmı birçok ülke için geçerli olsa da ülkenin gelişmişlik düzeyi arttıkça bu faktörlerin etkisinin azaldığı ifade edilebilir.

Her ülke için kadınların işgücü piyasasına girişini etkileyen ve burada bahsedilen nedenlerden biri veya birkaçı etkili olabilmektedir. Ayrıca aynı ülke içerisinde bölgeden bölgeye de farklılıklar olabilmektedir. Dolayısıyla uygulanacak politikanın seçiminde hangi etkinin baskın olduğunu tespit etmek önem arz etmektedir. Çalışmanın konusu itibarıyla ele alındığında ekonomik

faktörler ve özellikle ücret eşitsizliğinin ön plan çıkartılması yerinde görülmektedir.

Kadın ve erkek arasındaki ücret eşitsizliği kadının işgücüne katılımını olumsuz etkileyen faktörler arasında sayılmaktadır. Kadınların işgücü piyasasına girdiğinde erkeklerden daha düşük ücret alacağını bilmesi piyasaya girişlerini engelleyebilmektedir. Bu farklılığın nedenlerinden biri, kadının erkeğin yaptığı yüksek gelirli işlere girememesi olabileceği gibi bir diğeri de işe girdiğinde cinsiyeti nedeniyle daha düşük ücret alması olabilmektedir. Bu durumu ortadan kaldıracak işgücü piyasasına ilişkin düzenlemeler yapılabileceği gibi, ücret farklılığını ortadan kaldıracak bir vergi politikası üretmek de mümkündür. Vergi ile kadınlara erkeğin vergi sonrası gelirleri arasındaki fark kapatılabilecek yahut en aza indirilebilecektir.

KADIN İŞGÜCÜNÜ ARTIRMAYA YÖNELİK POLİTİKALARIN GENEL ÇERÇEVESİ

Kadınların işgücüne katılımını etkileyen temel faktörlere yönelik oluşturulan kamu politikalarıyla kadınların işgücüne katılımları ve istihdamları artırılmaya çalışılmaktadır. Elbette her ülkede bu durumu etkileyen kendine özgü veya daha baskın faktörler de bulunmaktadır. Bu faktörler tespit edilerek çeşitli politikalar geliştirilebilmektedir. Bu politikalar arasında uygun fiyatlı çocuk bakımı girişimlerinin genişletilmesi, altyapının iyileştirilmesi, kadınların işgücüne katılımını teşvik etmek için maliye politikasının kullanılması ve daha esnek çalışma saatlerine ve iyileştirilmiş işgücü hareketliliğine izin verilmesi yer almaktadır. Ayrıca söz konusu politikalar kadınların eğitim ve öğretimine yatırım yapmayı, kadınların finansal hizmetlere daha fazla erişimini ve kadınların ekonomik faaliyetleri önündeki yasal engelleri azaltmayı da içermektedir (Kolovich, 2017: 2). Bunların bazılarına yönelik yapılan düzenlemelerin işgücü piyasasına yansımaları daha uzun zaman alabilmektedir. Örneğin kadınların eğitim seviyelerini, işgücü piyasasının tüm koşullarını veya kültürel tutumları değiştirebilmeye yönelik politikaların sonuçlarını gözlemleyebilmek için belirli bir süre geçmesi gerekmektedir. Oysa bazı etkenlerin sonuçlarını daha kısa sürede görebilmek mümkündür. Çalışma saatinin esnekleştirilmesi, küçük çocuklu ailelere verilen ebeveyn izinleri, çocuk bakım destekleri ve vergilendirme sistemlerini düzenlemeye yönelik politikaların kadınların işgücüne katılımları açısından daha hızlı sonuç verdiği bilinmektedir. Bu kapsamda esnek zamanlı çalışma biçimlerinin bölünmüş bir işgücü piyasası yaratmasına izin vermemek için özen göstermek ve mevcut bozulmaları ortadan kaldırmaya yönelik politikalar üretmek önemlidir.

Kuşkusuz bu kapsamda yürütülen politikaların yetersizliği kadının işgücü piyasasına girişi açısından cesaret kırıcı nitelikte olmaktadır (OECD, 2004).

Genel olarak bakıldığında kadının işgücü piyasasına girişinde uygulanabilecek politikalar 5 başlık altında toplanabilir. Bunlar aşağıdaki gibi ifade edilebilir (Jaumotte, 2003:57-71):

- *Vergi Politikası*: Kadınların emek arzları vergi oranlarına karşı daha esnek olduğundan, evli kadınları ve anneleri erkeklerden ve bekar kadınlardan daha az vergilendirmeye dayalı politikaları içermektedir. Bu bağlamda birçok ülkede hükümetler vergi kredileri, indirim ve istisna gibi uygulamalara başvurmaktadırlar.
- *Çocuk Bakımı Destekleri ve Çocuk Yardımı*: Çocuk bakımı destekleri anneler üzerindeki efektif vergi yükünün azaltılmasına yardımcı olmakta ve kadın işgücü arzının artmasını sağlamaktadır.
- *Ebeveyn İzni*: Çoğu hükümetin ebeveynlere sağladığı başka bir çocuk bakımı desteği biçimi, doğum izni, ebeveyn izni ve çocuk bakım iznidir. Bu izinler, kadınların iş ve aile yaşamını uzlaştırmaya yardımcı olarak kadınların katılımını artırmaktadır.
- *Esnek Çalışma Düzenlemeleri*: Part-time çalışma uygulamalarına dayanmaktadır. Bu uygulama kadınların daha rahat olarak işgücü piyasasında yer almasını sağlamaktadır.
- *Ayrımcılık Karşıtı Düzenlemeler*: Ücret ve terfi fırsatlarında cinsiyet ayrımcılığı, kadının işgücü piyasasına dönüşünü azaltır ve kadın işgücü arzını baskılama eğilimi gösterir. Bunu önleyecek yasal düzenlemeler dizayn edilebilir.

Görüldüğü gibi kadınlara yönelik geliştirilecek politikalar çeşitli şekillerde uygulanabilmektedir. Burada sayılan uygulamalar vergi dışındaki mali teşvikleri de kapsamaktadır. Kadınların işgücü piyasasına girişinde hangi faktörler etkili ise ona uygun bir mali teşvik kullanılması daha doğru olacaktır.

KADINLARA YÖNELİK VERGİ POLİTİKASI UYGULAMALARININ ARKA PLANI

Kadın işgücünün ve istihdamının düşük kalmasında gelir eşitsizliği gibi ekonomik gerekçeler birçok ülkede etkili olmaktadır. Bu noktada teşvik edici bir politika aracı olarak ise vergiler kullanılabilmektedir. Vergilerin kişiler üzerindeki caydırıcı etkisi teorik ve ampirik olarak genel kabul görmektedir. İşgücü üzerinden alınan vergilerin kişilerin çalışma arzusunu olumsuz yönde etkilediğine dair ampirik deliller mevcuttur. Birçok ülke vergi sistemlerinde ikincil gelire sahip ailelere farklı bir uygulama yapmaktadır. Burada ikincil gelir

sahibi ise genellikle kadın olmaktadır (Nikolka, 2016: 56). Vergiler istihdam üzerinde etkisi olan politika araçlarıdır ve işgücü üzerindeki etkisi her iki cinsiyet için farklı olabilmektedir. Örneğin, Nalbant Efe ve Akgül Yılmaz (2022), 2000-2019 dönemi için OECD ülkelerini ele alarak yapmış oldukları çalışmanın sonucunda ortalama ve üzerinde ücret elde eden bekar bireyler üzerindeki vergi takozunun kadın istihdamı üzerindeki negatif etkisinin, erkek istihdamı üzerindeki negatif etkisinden daha yüksek olduğu sonucuna varmışlardır. Ayrıca evli ve çocuklu olup, iki kişinin de çalıştığı durumda vergi takozunun kadın istihdamı üzerindeki negatif etkisinin daha fazla olduğu bulgusuna ulaşmışlardır.

Vergi politikası, işgücüne girişte çalışanın ilk olarak muhatap olacağı gelir vergisini öncelemektedir. Çünkü gelir vergisi direkt olarak çalışanın eline geçen net ücreti etkilemektedir. İşgücü üzerinden alınan gelir vergisi ise çalışanın işgücü piyasasına girişini olumsuz etkileyebilmektedir. Bu soruna ilave olarak çoğu OECD ülkesinde evli çiftlerdeki ikincil kazananların (tipik bir şekilde kadınlar) tek başına olduklarından daha fazla vergilendirilmesi de bu katılımı olumsuz yönde etkilemektedir (OECD, 2004).

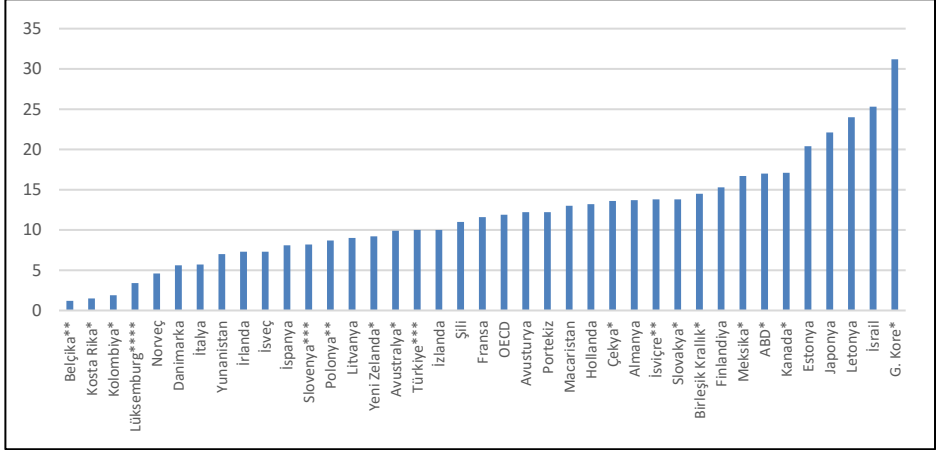
Vergi sistemi, görece yüksek bir marjinal vergi oranı ile birlikte bir ailedeki ikinci geliri (genellikle bir kadın) çalışması veya tam zamanlı çalışması için caydırıcı unsurlar yaratabilmektedir (Christiansen vd. 2016: 15). Ayrıca kadınların işgücü arzının erkeklere görece daha esnek olması vergiye karşı daha duyarlı olmalarına neden olmaktadır (Jaumotte, 2003: 57). Vergi yükündeki bir artış kadının emek arzını düşürmesine sebep verebilmektedir.

Vergi politikasının sağlıklı şekilde oluşturulabilmesi için sorunun kaynağının da doğru tespit edilmesi gerekir. Cinsiyetler arasındaki ücret farklılığına bakıldığında çoğunlukla kadının ikincil gelir sahibi olduğu görülmektedir. İkincil gelir sahiplerinin, kazanma kapasitelerinin partnerlerinden daha düşük olmasına etki eden temelde üç faktör bulunmaktadır (Rastrigina ve Verashchagina, 2015: 9):

- İşin yoğunluğu. İşsizlik, hastalık ve bakım sorumlulukları gibi özel durumlar veya yarı zamanlı çalışma gibi iş düzenlemelerinden kaynaklı olabilir.
- İkincil kazananların istihdamının düşük beceri, meslek veya sektörde oluşu.
- Çiftlerin özellikle bağımlı çocuklarının oluşur

Burada sayılan nedenlere bakıldığında temelde kadının toplumda sosyolojik ve kültürel olarak edindiği yerin etkili olduğu görülmektedir. Bahsedilen gerekçelerle erkek ve kadın ücreti arasında bir fark oluşmakta ve kadın

genellikle daha düşük ücret elde etmektedir. Kadın ve erkek arasındaki ücret farkını göstermek adına literatürde cinsiyete dayalı ücret farkı kavramı kullanılmaktadır. Aşağıdaki Şekil 2 OECD üyesi ülkelerdeki ücret farklılığını göstermektedir.



Şekil 2: Cinsiyete Dayalı Ücret Farkı (2021/%)

Kaynak: OECD, 2023.

Not: *:2022; **:2020; ***;2018; ****: 2014

Şekil 2’de görüldüğü üzere cinsiyetler arasında ülkeler arasında değişen farklılıklar bulunmaktadır. Erkeklerin ve kadınların medyan kazançları ile erkeklerin medyan kazançları arasındaki farka dayalı olarak tanımlanan ücret farkı en yüksek %31,2 ile Güney Kore’de bulunmaktadır. OECD ortalamasına da bakıldığında bu farkın %11,9 olduğu görülmektedir. Bu farkı kapatmada bir araç olarak vergiler kullanılabilir. Böylelikle hem cinsiyetten kaynaklanan ücret farkı azaltılabilir hem de kadınlar arasındaki yoksulluk farkı önlenebilir (Fofana vd., 2012: 5).

Nikolka (2016) OECD ülkeleri için yapmış olduğu çalışmada ortalama vergi oranının ikincil gelir sahipleri için tek başına çalışanlara göre daha yüksek olduğunu ifade etmektedir. Bu durum artan oranlı vergi tarifesinin düşük gelirliye düşük vergi oranı uygulanması gerektiği şeklindeki temel mantığı ile örtüşmemektedir. Bu tarz bir uygulama ikincil gelir sahiplerinin işgücü piyasasına girişini engellemektedir. Nitekim kadının işgücü piyasasına girişinin düşük olduğu bazı ülkelerde ikincil gelirin ortalama vergi oranının yüksek olduğu görülmektedir, vice versa. Bununla birlikte bazı ülkelerde vergi oranlarının yüksek oluşunun aile gelirini azalttığı, bunun da ikincil gelirin

işgücü piyasasına girişine neden olabileceği ifade edilmiştir (gelir etkisi) (Nikolka, 2016: 57). Bu noktada ise hangi etkinin baskın olduğunu tespit etmek ve ona göre politika üretmek gerekmektedir.

KADINLARA YÖNELİK VERGİ POLİTİKALARI

Bilindiği gibi vergi politikası sadece gelir elde etmek amaçlı değil, gelir dışındaki ekonomik ve sosyal amaçlar için de kullanılabilir. Bu noktada toplumdaki cinsiyet eşitsizliğine müdahale edecek şekilde bir vergi politikası dizayn etmek mümkündür. Bir vergi sisteminde kadının vergi yükünü düşürecek şekilde düzenlemeler yapılarak cinsiyet eşitsizliğini giderici politikalar oluşturulabilir.

Kadınların işgücü piyasasına girişini engelleyen unsurlardan birisi gelir eşitsizliğidir. Bu noktada vergiler bir teşvik aracı olarak kullanılabilir. Ayrıca vergi sistemi kendi başına kadının işgücü piyasasına girişini olumsuz etkileyebilmektedir. Çünkü bazı ülkelerde ücretlilere uygulanan gelir vergisi sistemine bakıldığında kadın ve erkeğin birlikte vergilendirildiği, bazılarında ise bağımsız olarak ayrı ayrı vergilendirildiği göze çarpmaktadır. Her iki yöntemin de kendi içerisinde potansiyel olumsuz etkileri olabilmektedir.

Vergi ödeme gücünü tam anlamıyla kavrayabilmek adına kişinin bütün gelirinin dikkate alınmasını sağlamak vergi teorisi açısından yerinde görülmektedir. Fakat hanehalkının ödeme gücü kavranmaya çalışıldığında, düşük ücretli kadın, özellikle artan oranlı tarifenin uygulanması halinde, daha fazla olumsuz etkilenebilmektedir.

Birçok ülkede çalışanların vergilendirmesi değişmektedir. Bazı ülkelerde evli çiftler veya birlikte yaşayanlar için vergi beyannamelerinin birleştirilmesine izin verilmektedir. Örneğin Almanya'da çiftler için geliri ayırmaya izin verilmektedir. Bir çiftin toplam geliri bölünebilmekte ve her bir ferdin geliri ayrı vergilendirilebilmektedir (Nikolka, 2016: 57). Fransa'da maliye politikası aile yapısını dikkate almakta ve çocuk sayısına göre vergi indirimi uygulamaktadır. Evli çiftler veya birlikte yaşayanlar gelirlerini birlikte beyan edeceklerine dair bir sözleşme imzalamaktadırlar. Her bir gelirin vergisinin hesaplanması için bu global gelir 2 eşit parçaya bölünmektedir. Böylelikle düşük gelirlinin geliri artarken yüksek gelirlinin azalmaktadır. Bu uygulama efektif marjinal vergi oranı yüksek olan aile üyesi için düşük gelir anlamına gelmekteyken, yüksek gelir sahibi aile üyesi için normalde kendi gelirin uygulanacak olandan daha düşük bir vergi oranı anlamına gelmektedir. Bu da daha az kazanan aile üyesinin daha çok çalışma arzusunu kırmaktadır. 2011 yılından beri Fransa'da ailede yaşayan her dört kadından üçü eşinden daha az kazanmaktadır. Bu uygulama cinsiyet eşitsizliğini artırdığından dolayı

feministler ve iktisatçılar tarafından eleştirilmektedir (Lépinard ve Lieber, 2015: 19). İrlanda ise 1960'lı yılların başında evli çiftlerin gelirlerinin birlikte değerlendirildiği sistemden ayrı ayrı değerlendirildiği bir sisteme geçiş yapmıştır. Bu uygulama sonucunda evli kadınların işgücüne katılımı AB ortalamasına yaklaşmıştır (Callan, Soest ve Walsh, 2007: 1). Birleşik Krallık'ta ise kadınların işgücüne katılımını teşvik etmek adına evlilik indirimi uygulanmaktadır. Bu uygulama ile düşük gelirli eş evlilik indirimi hakkından faydalanmak istediğinde, yıllık gelirin %10'luk kısmını eşinin vergilendirilebilir gelirinden düşmektedir. Böylece toplamda ödeyecek oldukları vergiyi düşürebilmektedirler. Fakat bu uygulamanın olabilmesi için düşük gelirli kişinin geliri yıllık vergiden istisna edilen tutarın altında olmalıdır (www.gov.uk, 2023). Söz konusu uygulama sadece düşük gelirli çiftlere destek olmaya yönelik olarak durmakta, bütün çalışanları etkilememektedir.

Kadınların işgücüne katılımında vergi politikasının etkisi genellikle vergi tarifi üzerinden ele alınmaktadır. Tabii ki vergi politikasının dışında diğer mali teşvikler de söz konusu olmakla birlikte çalışanlar öncelikle açık olan ve gelirini direkt olarak etkileyen gelir vergisi oranlarını dikkate almaktadır. Çalışanlar genellikle gelirlerini direkt etkileyen kanuni vergi oranları ile ilgilenmekte, hesaplaması zor olan ortalama veya marjinal vergi oranını hesaplamakta zorlanmaktadır. İkincil gelir sahipleri olan kadınlar içinse gelirlerini etkileyen vergi temelli faktör eşlerin beyanname verme yöntemleridir. Artan oranlı vergi tarifeleri birçok OECD üyesi ülkede 1970'lerin başlarından beri uygulanmaktadır. Bugün ise birçok ülke eşlerin gelirini ayrı olarak vergilendirmektedir. Bununla birlikte eşlerin ayrı ayrı vergilendirildiği ülkeler bile sıklıkla tamamen veya kısmen birbirine bağlı yaşayan eşler için çeşitli hükümler uygulamaktadır. Örneğin Slovenya'da bağımlı aile üyesi indirimi, Kanada'da aileler için eş vergi kredisi bulunmaktadır. Ayrıca birçok OECD üyesi ülke bütün ailenin gelirin bağlı olarak çocuklar için destek sağlamak ve buna ilaveten ikincil gelir sahibinin ortalama vergi oranını etkilemektedir (Nikolka, 2016: 57). Çalışan eşler için birlikte veya ayrı beyanname verme kişilerin vergi yüklerini direkt etkilemektedir. Aşağıdaki Tablo 2'de OECD üyesi ülkelerde eşlerin vergi beyannamesi verme yöntemleri gösterilmektedir.

Tablo 2: OECD Ülkelerinde Bireysel Gelir Vergisi Beyan Sistemi

ABD	İsteğe bağlı	İzlanda	Bireysel vergilendirme
Almanya	İsteğe bağlı	Japonya	Bireysel vergilendirme
Avustralya	Bireysel vergilendirme	Kanada	Bireysel vergilendirme
Avusturya	Bireysel vergilendirme	Kore Cumhuriyeti	Bireysel vergilendirme
Belçika	Bireysel vergilendirme	Letonya	Bireysel vergilendirme
Birleşik Krallık	Bireysel vergilendirme	Litvanya	Bireysel vergilendirme
Çekya	Bireysel vergilendirme	Lüksemburg	Birlikte vergilendirme
Danimarka	Bireysel vergilendirme	Macaristan	Bireysel vergilendirme
Estonya	Bireysel vergilendirme	Meksika	Bireysel vergilendirme
Finlandiya	Bireysel vergilendirme	Norveç	Birlikte vergilendirme
Fransa	Birlikte vergilendirme	Polonya	İsteğe bağlı
Hollanda	Bireysel vergilendirme	Portekiz	İsteğe bağlı
İrlanda	İsteğe bağlı	Slovakya	Bireysel vergilendirme
İspanya	İsteğe bağlı	Slovenya	Bireysel vergilendirme
İsrail	İsteğe bağlı	Şili	Birlikte vergilendirme
İsveç	Bireysel vergilendirme	Türkiye	Bireysel vergilendirme
İsviçre	Birlikte vergilendirme	Yeni Zelanda	Bireysel vergilendirme
İtalya	Bireysel vergilendirme	Yunanistan	Bireysel vergilendirme

Kaynak: Hayrulloğlu, 2020: 52.

Tabloya bakıldığında, bazı ülkelerde uygulamada farklılıklar olabilmekle birlikte genel olarak değerlendirildiğinde ülkelerin çoğunda bireysel vergilendirme olduğu görülmektedir. 10'dan fazla ülkede ise eşlerin birlikte beyanname verdiği göze çarpmaktadır. Eşlerin birlikte veya ayrı olarak beyanname vermeleri vergi yüklerini etkileyen bir unsurdur. Ortak beyanname ile birlikte vergilendirme kadınlar aleyhine sorun yaratmakta ve “evlilik vergisi” olarak da adlandırılmaktadır (Stotsky, 1997: 31). Çünkü artan oranlı tarifenin geçerli olduğu bir ülkede ortak beyanname verme durumunda hanehalkının marjinal vergi yükü artmış olacaktır. Bu durum tabii ki vergi sisteminin detaylarına bağlıdır. Ortak beyanname durumunda da çalışanlar için çeşitli indirimler yapılma olasılığı bulunmaktadır. Fakat bu indirimler, artan oranlı tarifede üst basamaklara taşınmanın tam anlamıyla önüne geçmek için yeterli olamayabilmektedir.

Literatürde ortak beyanname verme durumunda ortaya çıkabilecek vergi yükü sorununu ortadan kaldırmak için bireysel beyanname verme önerisi getirilmiştir. Ülkeler için aile temelli bir sistemin unsurlarının dahil edildiği bireysel vergilendirmeyi uygulamak genel olarak kabul görmektedir. Fakat bu sistemin başarısı; vergi muafiyetlerini, kredileri veya yardımları bireysel gelir yerine aile bazında hedeflemeye bağlıdır. Örneğin, bireye dayalı sistemlerde çocuk vergi kredileri genellikle aile geliri temelinde hedeflenir; çünkü bu, desteğe ihtiyacı olan

ailelere daha iyi yönlendirebilir (bir düşük gelirli ebeveyn ve bir yüksek gelirli ebeveyne sahip aileleri desteklemekten kaçınarak). Bir seviyeye kadar, böyle bir yaklaşım sistemin adaletini güçlendirebilir; fakat ikincil gelir sahibi işgücüne girdiğinde, aileler bu hükümlerden yararlanmanın bir kısmını veya tamamını kaybedebileceğinden, ikincil kazananlar için çalışma arzusu azalma eğilimine girebilmektedir (Thomas ve O'Reilly, 2016: 9).

İsteğe bağlı olarak ayrı beyannameye izin veren ülkeler de bulunmaktadır. Fakat bu uygulama yetersizdir. Çünkü çoğu durumda hanehalklarının bu seçeneği tercih etmesi mantıklı olmayacaktır ve dolayısıyla ortak vergilendirmenin olumsuz etkileri devam edecektir. Çocuk ödenekleri gibi sadece aile temelli unsurların olduğu ülkelerde, çocuk ödeneğinin sabit bir çocuk vergi kredisi ile değiştirilmesi gibi küçük ayarlamalar, evli kadınların ve annelerin çalışma teşviklerini güçlendirecektir. Bireysel vergilendirmeye geçiş, evli olup olmamalarına bakılmaksızın farklı hanehalkı türleri arasında eşit muameleyi de sağlamaya yardımcı olacaktır (Coelho vd., 2022: 20).

Kadınlar genellikle hanede ikincil gelir elde edenler olduğundan ve tipik olarak daha esnek işgücü arzına sahip olduklarından, teori, işgücü arzı için en uygun vergilendirme modelinin kadınlara daha yüksek marjinal vergi oranları dayatmaması gerektiğini öngörür. Bu nedenle, birincil ve ikincil gelir elde edenlerin marjinal vergi oranlarını eşitleyecek olan ortak vergilendirmeden bireysel vergilendirmeye geçiş, artan kadın işgücü arzı açısından dikkate değerdir. Modern çiftlerin önceki nesle göre evlenme ihtimalinin daha düşük ve ayrılma ihtimalinin daha yüksek olduğu göz önüne alındığında, vergi makamlarının idari yükünü de azaltabilecek bir politika tedbiri olarak değerlendirilebilmektedir (İslam vd. 2020: 3).

LaLumia(2017) kadınların işgücüne katılımını artırmak için vergiye dayalı iki öneri getirmiştir. Bunlardan birincisi, kısa dönemde, evli bir çiftteki ikincil gelir elde edenin kazancına dayalı olarak bir vergi indirimi uygulamaktır. Böylece yapılacak vergi indirimi ikincil gelir sahibi için çalışmayı daha cazip hale getirecektir. Evli çiftin daha az kazanan eşin kazancının belli bir yüzdesi kadarlık kısmının vergi dışında kalması şeklinde düşünülebilir. Uzun dönemli önerisi ise, ortak beyanname uygulayan ülkeler için bireysel vergilendirmedir. Uzun vadede, evli çiftlerin müşterek vergilendirilmesinden vazgeçilmesinin, medeni durumuna bakılmaksızın her bireyin kendi gelirine göre vergilendirilmesinin avantajları olacaktır. 1990'da Birleşik Krallık gibi diğer ülkeler ortak vergilendirmeden bireysel vergilendirmeye geçmiştir ve OECD ülkelerinin çoğu şu anda bireysel vergilendirmeyi kullanmaktadır. Ancak, geçiş sürecini zorlaştıracak yasal sorunlar ve başarılı bir geçişten sonra bile zorluk çıkaracak idari sorunlar olacağını ifade etmiştir. Bir kocanın geliri ile bir kadının vergi oranı arasındaki bağın kesilmesi,

kadınların ortalama vergi oranlarını düşürecek ve kadının işgücü piyasasına girişini artıracaktır (LaLumia, 2017: 5).

Bu konuda çalışma yapan bazı yazarlar da vergi politikasının etkilerini ele almışlardır. Örneğin; İslam vd. (2020) Lüksemburg için yapmış oldukları çalışmada ayırık seçimli bir işgücü arzı modeline bağlı mikro simülasyon kullanarak, Lüksemburg'da önerilen ortak vergilendirmeden bireysel vergilendirmeye geçişi ele aldıkları çalışmada, değişimin ardından kadın işgücü arzının %2 artmasının beklenebileceğini ifade etmişlerdir. Decoster ve Haan(2011) da Almanya için yapmış oldukları çalışmada, kullandıkları bireysel refah ölçüsünden bağımsız olarak, bireysel vergilendirmenin ortalama olarak bireysel refahı artıracağını ileri sürmüşlerdir. Buna göre, ortak vergilendirmenin bireysel vergilendirmeye dönüştürülmesi şeklindeki bir politika değişikliğinin refahı artıracağını ileri sürmüşlerdir.

Türkiye açısından konuya bakıldığında gelir üzerinden alınan vergilerin bireysel olduğu, aile beyanını içermediği görülmektedir. Haliyle mevcut Türk gelir vergisi sistemi kadın ve erkek arasında temel bir ayrım gözetmemektedir. Yakın zamana kadar ücretlilere yönelik uygulanan asgari geçim indiriminin ise bir etki yaratmadığı; bunun yanı sıra çocuklardan dolayı oluşan vergi indiriminden erkeğin faydalanmasını sağladığı bilinmektedir (Atılğan Yaşa ve Arı Kovancı, 2022: 113). Ayrıca Türkiye’de bazıları geçici olmakla birlikte kadınlara yönelik olarak sigorta primi desteği sunulmuştur. Bunun dışında İşverenlerce, kadın hizmet erbabına kreş ve gündüz bakımevi hizmeti verilmek suretiyle sağlanan menfaatler vergiden istisna edilmiştir (Atılğan Yaşa ve Arı Kovancı, 2022: 56-57). Fakat gelir vergisi sisteminde ayırma ilkesi bağlamında kadınlara yönelik vergi oranlarında bir farklılık yer almadığı belirtilebilir.

Kadın istihdamında daha çok evli veya çocuklu kadınlar ön plana çıkmakla birlikte bekar kadınlar için de konunun ele alınması gerekmektedir. Evli veya çocuklu kadınlar için çalışmayı etkileyen daha çok faktör varken, bekar kadınlar için de benzer veya farklı sorunlar bulunmaktadır. Özellikle kadınların işgücü piyasasında karşılaşmış oldukları engeller kadınları dezavantajlı konuma getirmektedir. Haliyle bekar kadınlar için de vergisel avantajlar söz konusu olmalıdır. Bekar kadınlar için düşünülebilecek en iyi uygulamanın vergi tarifesi üzerinde olabileceği söylenebilir. Cinsiyete dayalı bir vergi tarifesi dizayn edilmesi, bu konudaki sorunun çözümüne yardımcı olabilecektir.

Genel olarak değerlendirildiğinde kadınlara yönelik olarak, ülkedeki ücret farklılığını dikkate alan ve bu farkı azaltmaya katkı sağlayacak bir vergi tarifesi uygulanabilir. Vergi tarifesinin ücret farkının büyüklüğüne göre oluşturulması ise daha doğru olacaktır. Ayrıca evli kadınlar için çocuk bakım maliyetini dikkate alan vergi indirimleri de düşünülmelidir.

SONUÇ

Bir ülkede kadının işgücü piyasasına girişinin desteklenmesi gerek ekonomik büyüme gerekse cinsiyet eşitliğinin sağlanması bakımından artık genel olarak kabul görmüş durumdadır. Artık ülkeler kadının işgücü piyasasına girişini tartışmak yerine bu girişi kolaylaştıracak politikaları üretmeye başlamışlardır. Kadının işgücü piyasasına girişini etkileyen birçok faktör bulunmaktadır. Bu faktörlerin hepsi ekonomik gerekçelere sahip değildirler. Haliyle kadın istihdamını artırmaya yönelik politikalar geniş bir yelpazede ele alınmaktadır. Bu çalışma ise kadın istihdamını artırmaya yönelik olarak uygulanabilecek vergi politikasına odaklanmıştır.

Vergi politikası açısından kadınların istihdama girişini teşvik edecek uygulamalar maalesef sınırlı kalmaktadır. Bazı ülkelerde uygulama alanı bulan karı kocanın ortak beyanname vermesi, ikincil gelir elde eden kadının vergi yükünün artmasını da beraberinde getirmektedir. Ortak beyanname, özellikle artan oranlı tarifenin uygulandığı ülkelerde, eşlerin üst dilimlere taşınarak, daha yüksek marjinal vergi oranı ile muhatap olmalarına neden olmaktadır. Evli çiftler için bireysel beyanname verilmesi halinde marjinal vergi oranları eşler için düşecektir. Fakat bu durumda da kadının işgücü piyasasına girişini destekleyecek mekanizmaların sisteme yerleştirilmesi gerekmektedir.

Gelir vergisi tarifesinde yapılacak bir düzenleme kadının vergi yükünü düşürücü nitelikte olmalıdır. Ortak beyanname vermenin sakıncalarını ortadan kaldırmak için bireysel beyanname vermeye dayalı sistem kadın ve erkek arasındaki bağı koparacak nitelikte olmamalıdır. Kadının vergi yükünü düşürürken, aynı zamanda kadının işgücü piyasasına girişiyle birlikte erkek de bekar bir çalışana göre daha düşük oranda vergilendirilmeli hem erkek hem de kadın çalışan vergisel anlamda teşvik edilmelidir. Böyle bir durumda erkek de kendi vergi yükünü azaltmak adına eşinin iş hayatına girişini destekleyecektir. Bu şekilde vergi yükündeki azalış her iki eşte de çalışma arzusunu artırıcı yönde etki yapacaktır.

Kadınların işgücü piyasasına katılmamalarının veya ayrılmalarının arka planında yer alan en önemli nedenlerden biri de sahip olunan çocuktur. Bu noktada kadının çocuk sayısına göre daha az vergi ödediği sistemin tercih edilmesi yerinde bir uygulama olacaktır. Vergi dışında çocuk veya kreş/bakıcı yardımlarının devreye sokulması da düşünülebilir.

Sonuç olarak kadının işgücü piyasasına girişini engelleyen çok sayıda faktör bulunmaktadır ve vergi politikası bunlardan gelir eşitsizliği üzerinde kısa dönemde etki edebilecek bir araç durumundadır. Kadın ve erkek ücret farkını azaltabilecek bir vergi politikasının kadının işgücü piyasasına girişini artırmada faydalı olabileceği ifade edilebilir.

KAYNAKÇA

- Akdemir, S. v.d. (2019) Türkiye’de ve seçilmiş ülkelerde kadının işgücü piyasasındaki yeri. *Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi*, 43, 184-202.
- Arda Özalp, L.F. (2021). Türkiye’de kadının işgücüne katılımı ve eşitsizlik. *Journal of Economy Culture and Society*, 64, 91-104.
- Atılğan Yaşa, A., Arı Kovancı, Y. (2022). Türkiye’de kadınların işgücüne katılımında vergi düzenlemelerinin rolü ve önemi. *Vergi Raporu*, 277, 100-119.
- Callan, T., Soest, A.v. ve Walsh, J.R. (2007). Tax structure and female labour market participation: evidence from Ireland. *IZA Discussion Paper*. No: 3090.
- Christiansen, L. vd. (2016). Unlocking female employment potential in Europe: drivers and benefits. IMF, The European Department and Strategy, Policy, and Review Department.
- Coelho, M. vd. (2022). Gendered taxes: the interaction of tax policy with gender equality. *IMF Working Paper*, No: 22/26.
- Decoster, A. ve Haan, P. (2011). A Switch from joint to individual taxation is welfare improving. *DIW Berlin Discussion Papers*. No:1175.
- Fofana, I. vd. (2012). Taxation policy and gender employment in the middle east and north Africa region. *IFPRI Discussion Paper* No: 01227.
- Gençtürk, Z. (2022). Türkiye’de kadının işgücüne katılımını etkileyen faktörler. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 43, 361-394.
- Hayrullahoğlu, B. (2022). Kadınların işgücüne katılım oranlarının artırılmasında vergilendirmenin rolü: Türkiye ve OECD ülkeleri açısından bir değerlendirme. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 66, 42-63.
- Islam, N., Doorley, K., ve Flood, L. (2020). Making the switch from joint to individual taxation in Luxembourg, cost, behavioural response and welfare effects. *Luxembourg Institute of Socio-Economic Research (LISER) Working Paper Series*, No:5.
- Jaumotte, f. (2003). Labour force participation of women: empirical evidence on the role of policy and other determinants in OECD countries. *OECD economic studies*, No. 37.
- Kolovich, L. (2017). Overview, Editör: Kolovich, L. *Fiscal Policies and Gender Equality*, IMF, Washington DC.
- Lalumia, S. (2017). Tax policies to encourage women’s labor force participation, Hamilton Project, Policy Proposal, October.

- Lépinard, E. ve Lieber, M. (2015), *The policy on gender equality in France*. European Parliament, [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2015/510024/IPOL_IDA\(2015\)510024_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2015/510024/IPOL_IDA(2015)510024_EN.pdf) adresinden 08.08.2023 tarihinde alınmıştır.
- Nikolka, T. (2016). Taxation and female labor supply in OECD countries, CESifo DICE Report, 14(2), 55-58.
- OECD (2023). OECD Data. <https://data.oecd.org/earnwage/gender-wage-gap.htm#indicator-chart> adresinden 01.08.2023 tarihinde alınmıştır.
- OECD. (2004). *Policies to increase labour-force participation of women and older workers*. http://adapt.it/adapt-indice-a-z/wp-content/uploads/2014/04/labour_participation.pdf adresinden 01.08.2023 tarihinde alındı.
- Rastrigina, O. ve Verashchagina, A. (2015). *Secondary earners and fiscal policies in Europe*. file:///C:/Users/leven/Downloads/secondary%20earners%20and%20fiscal%20policies%20in%20europe-DS0215322ENN%20(1).pdf adresinden 01.08.2023 tarihinde alınmıştır.
- Statista (2023), <https://www.statista.com/statistics/185380/median-hourly-earnings-of-male-wage-and-salary-workers/> adresinden 01.08.2023 tarihinde alınmıştır.
- Stotsky, J. G. (1997). How tax systems treat men and women differently. Finance & Development, 34, 30-33.
- Thomas, A. ve O'reilly, P. (2016). The impact of tax and benefit systems on the workforce participation incentives of women, OECD Taxation Working Papers Series, No: 29.
- Winkler, A. E. (2016). Women's labor force participation. IZA World of Labor. No: 289.
- Worldbank (2023). World Bank Data. <https://data.worldbank.org/> adresinden 01.08.2023 tarihinde alınmıştır.
- www.gov.uk. (2023). Marriage Allowance. <https://www.gov.uk/marriage-allowance> adresinden 03.08.2023 tarihinde alınmıştır.

46.Bölüm

Emlak Pazarlamasında Sanal Gerçeklik Uygulamaları

Bülent ATMACAN¹

¹ Öğr.Gör.Dr.; Anadolu Üniversitesi Eskişehir Meslek Yüksekokulu.
batmacan@anadolu.edu.tr. ORCID No: 0000-0003-4251-0095

ÖZET

Diğer ürünlerin pazarlamasında olduğu gibi emlak pazarlaması alanında da dijitalleşme hız kazanmıştır. Özellikle Covid salgın hastalığı sürecinde emlak pazarlamasında zorunlu dijitalleşme çalışmaları gerçekleştirilmiş, kısmen başarılı olunmuştur. Bu çalışmada literatür taraması ile günümüz emlak pazarlaması alanında gerçekleştirilen sanal gerçeklik uygulamaları ile ilgili çalışmalar araştırılmıştır. Sanal gerçeklik uygulamalarının geleneksel pazarlamaya göre üstün yanları bulunmaktadır. Ancak yapılan araştırmalarda müşterilerin geleneksel pazarlama uygulamaları olmadan, sadece sanal gerçeklik uygulamaları yoluyla satın alma kararı vermeye ikna edilmesi için henüz istenilen sonuca ulaşamadığı görülmektedir. Sanal gerçeklik uygulamaları ile kişilerin satın alma kararı vermelerinde etken olan rasyonel ve sezgisel karar verme boyutlarında ihtiyaç duyulan bilginin sağlanmasında ve müşterinin bu yolla elde etmiş olduğu bilgiden tatmin olması konusunda elde edilebilecek başarı, emlak pazarlaması alanında, müşteriler, aracı firmalar ve üretici firmaların sanal gerçeklik ve artırılmış gerçeklik uygulamalarına olan ilgisinin artmasına neden olabilecektir.

Anahtar Kelimeler: Emlak Pazarlaması, Sanal Gerçeklik, Artırılmış Gerçeklik, Tüketici Davranışları, Karar Süreci,

GİRİŞ

Bilgi ve iletişim teknolojilerinin ilk ortaya çıktığı yıllar 1970’li yıllardır. Öncelikle güvenlik ve savunma amaçlı birimlerin birbirleri ile haberleşmeleri amaçlı oluşturulmuş olan internet ağı bir süre sadece kurumların birbirleri ile haberleşmeleri için kullanılmıştır. Ürün satışı ve pazarlaması için internetin kullanımı 1990’lı yıllarda gerçekleşmiştir. 1970’li yıllardan 1990’lı yıllara kadar geçen sürede endüstri gelişim aşamalarında geline nokta, bilgi ve iletişim teknolojilerinde kaydedilen aşamalar sonucu geleneksel pazarlama yöntemleri yerini internet pazarlamasına ve elektronik ticarete bırakmaya başlamıştır.

İnternetin emlak pazarlamasında kullanımı diğer ürünlerin pazarlamasında olduğu gibi 1990’lı yıllarda başlamıştır. Bu yıllarda satış ve kiralama ilanları yoğun şekilde internet siteleri kullanılarak verilmeye başlanmıştır. Ancak emlak ürününün kendine has özellikleri, müşterilerin bu ürünleri yerinde görme arzusu ve satış için gerekli resmi prosedürlerin internet üzerinden alım ve satıma imkân vermemesi nedeniyle, elektronik ticarete diğer ürünlerde olduğu gibi istenilen ilerlemenin kaydedilemediği görülmektedir.

Ürün satın alımı karar sürecinde öncelikle müşterinin satın alma arzusunun olması, sonrasında ürünü satın alabilecek yeterli mali güce sahip olması gerekmektedir. Satılan ürünlerden haberdar olması ve seçeneklerini bilmesi gerekmektedir. İnternet emlak pazarlamasında günümüzde müşterilerin satılan ürünlerden haberdar edilmesi ve seçenekler konusunda bilgi verilmesinin ötesine geçememiştir. Özellikle Covid salgın hastalığı sürecinde internet üzerinden verilen geleneksel satılık ve kiralık gayrimenkullerin listenlemesi hizmeti müşterilerin ihtiyaç duydukları bilgilere ulaşması bakımından yetersiz kalmış, emlak pazarlamacıları tarafından müşterilerin ürünlerden haberdar edilmesi ve satın alma konusunda ikna edilmesinde internetin farklı kullanım şekilleri araştırılmaya başlanmıştır (Ming, Lau, ve Ho, 2023:889). Salgın hastalık sürecinde insanlar evlerinden çıkamamış, emlak kiralama ve satış ilanlarını internet üzerinden takip edebilmiş, fakat gayrimenkulleri yerinde gezememişlerdir. Bu eksikliği gidermek için emlak komisyoncuları mobil cihazlar üzerinden ev gezileri düzenleyerek müşterilerine yardımcı olmaya çalışmışlardır. Dronlar ile 360 derece video çekimleri yapılarak gayrimenkullerin çevresi konusunda müşterilere bilgi verilmeye çalışılmıştır. Bu çabalar büyük ölçüde müşterilerin gayrimenkuller ile ilgili bilgi sahibi olabilmelerine yardımcı olmakla birlikte, satın alma kararının verilmesinde önemli yeri olan mekân kişilerin kendilerinin bizzat gezebilmeleri tecrübesini yaşatamamıştır. Bu eksikliğin giderilebilmesi için kullanılabilecek olan sanal gerçeklik uygulamalarının önemi anlaşılmıştır.

Sanal gerçeklik uygulamaları uzaktan mevcutta var olan mekânların gezilebilmesine imkân sağladığı gibi, mevcutta var olmayan ancak gelecekte inşa edilmesi planlanan mekânların bugünden gezilebilmesini de mümkün kılmaktadır. Özellikle kısıtlı finansman olanakları ile müşterilerden ve yatırımcılardan bugün elde edilecek olan kaynaklar ile yapılması planlanan projelere müşterilerin ilgisinin çekilmesi inşaat firmaları için önem kazanmaktadır. Bu yönüyle emlak pazarlamasında sanal gerçeklik uygulamaları gayrimenkul üreticileri ve pazarlamacılarının yoğun ilgisi ile karşılaşmaktadır (Shastry , Vanketesh ve Badrinath, 2022:86).

Sanal Gerçeklik Uygulamaları

Sanal gerçeklik, gerçek dünyadaymış duygu ve izlenimi yaratan, yapay ortam ile gerçek dünya arasındaki çizgide yaşama imkân veren teknoloji olarak tanımlanmaktadır. Bu ortamlarda kişiler basit anlamda 360 derece kayıt altına alınmış videoyu yukarı aşağı ve sağa sola hareket ettirerek bu alanı keşfedebilir, aynı zamanda kayıtlı alanda bulunan nesnelerin yerlerini değiştirebilirler (Frechette, Diassio, Luckett, Trocchia ve Natali, 2023:49). Sanal gerçeklik ile artırılmış gerçekliğin birbiri ile karıştırılabildiği görülmektedir. Artırılmış gerçeklik, fiziksel dünya üzerine sanal ortamda yaratılmış olan imgelerin bindirilmesini sağlayan teknoloji olarak karşımıza çıkmaktadır. Emlak pazarlaması üzerinden örnek verilmesi gerekirse, mevcut dünyada henüz var olmayan bir binanın proje çizimlerinin gerçekleştirilip, bu binanın içinde mekânsal olarak dolaşmayı sağlayan teknolojik uygulama sanal gerçeklik olarak ifade edilebilir. Projesi çizilmiş ancak henüz var olmayan binanın, mevcut dünyada var olan bir bölge ve arazide, cadde ya da sokak üzerindeki görüntüsünün, drone ile havadan 360 derece çekilmiş gibi gösterilmesini sağlayan teknoloji, artırılmış gerçeklik teknolojisidir. Her iki teknolojinin de kullanımının müşterilerin alım kararı üzerinde pozitif etkisinin olması beklenmektedir.

Pazarlama biliminde geline nokta müşterilerin ihtiyaç duyduğu ürünlerin üretilmesidir. Günümüzde proje gerçekleştirilmekte ve sonrasında müşterilere sunulmaktadır. Beğeni toplamayan bir ürünün satışında problem yaşanmaktadır. Bu durum hem zaman hem de mali kaynak israfına neden olmaktadır. Gerçekleştirilmesi düşünülen projeler öncesinde müşterilerin ürünü beğenip beğenmeyeceğinin test edilmesi önemlidir. Özellikle inşaat projelerinde sanal gerçeklik uygulamaları ile proje gerçekleştirilmeden önce müşterilerin gayrimenkulü test etmesi sağlanabilir. Bu şekilde projeler üzerinde zamanında gerekli düzeltmeler yapılarak, proje bitmeden erken satış gerçekleştirilebileceği

gibi, projenin müşterilerin ihtiyaç ve isteklerine uygunluğu sağlanabilir (Solanki, Laddha, Kangda ve Farsangi, 2023:20).

Sanal Gerçeklik Uygulamaları ve İnsan Davranış Yapısı

Sanal gerçeklik teknolojisinin emlak pazarlamasında kullanım amacı müşterilerin emlak ürününü satın alma kararını vermesinde yardımcı olmak ve satın alma niyetinin tetiklenmesidir. Yakın zamanda bu yönde yapılan araştırmalarda pozitif yönlü sonuçlara ulaşılmıştır. (Leveau ve Camus, 2023:1329). Satın alma kararı verirken müşteriler beş farklı aşamadan geçmektedir (Darley, Blankson ve Luethge, 2010:96). Birinci aşamada müşteri neye ihtiyacı olduğunu ve neden ihtiyaç duyduğunu belirlemekte yani problemi tespit etmektedir. İkinci aşamada ihtiyacını giderecek olan ürün ile ilgili bilgi toplamaktadır. Üçüncü aşama alternatifler arasından seçim yapılması, dördüncü aşama satın alma, beşinci aşama ise satın alma kararı sonrası tatmin olup olmama sonucudur. Sanal gerçeklik uygulamalarının karar süreci aşamalarından bilgi edinme aşamasında müşterilere yardımcı olduğu söylenebilir. Uygulamalar sayesinde bilgi arama sürecinde harcanan zaman kısaltmakta, doğru alternatifler belirlenebilmektedir (Suh ve Lee, 2005:676).

Satın alma karar süreci karmaşık bir yapı olarak karşımıza çıkmaktadır. Pazarlama uygulamalarının oluşturulmasında ilk olarak dikkate alınması gereken konu insan davranış yapısı ve insanların davranışlarının oluşmasında etkili olan mantık ve duygusal faktörlerdir. Özetle bir ürünün muhtemel tüketicilere tanıtımı yapılırken mantığa uygun gelmesi ve duygusal olarak tatmin edici argümanlarla desteklenmesi gerekmektedir. Mantıksal veya duygusal boyuttan birinin eksik olması ürünün alınmaması ya da alındıktan sonra tatmin olunmaması riskini doğurabilecektir.

Emlak ürünleri genellikle fiyatları pahalı olan ürünlerdir ve sık satın alınmamaktadır. Gayrimenkul ürününün alımında yapılacak olan hatanın maliyeti yüksek olabileceğinden, tüketiciler alım kararı verirken daha fazla zaman ve çaba harcamaktadır. Yapılan araştırmalarda konut alımında dikkate alınan en önemli faktörler olarak lokasyon ve fiyat konusu gösterilmektedir. Ancak bu faktörlere ilaveten duygusal faktörlerinde en az bu faktörler kadar önem taşıdığını gösteren çalışmalar bulunmaktadır.

Karar verme aşamasında tüketicilerin iki tip karar verme sürecinden geçtiği bilinmektedir. Bu süreçlerden birincisi rasyonel karar verme, ikincisi sezgisel karar verme süreçleridir. Rasyonel karar verme süreci alınacak olan ürünün mantıksal olarak değerlendirilmesi ile ilgidir. Bu aşamada emlak ürünleri için önemli olan konulardan lokasyon, fiyat, gayrimenkulün gelecekteki değeri, kârlılık gibi konular dikkate alınmaktadır. Bu faktörler hem pazarlamacılar hem

de tüketiciler tarafından daha görünür, elle tutulabilir ve hesaplamaları yapılabilir faktörlerdir.

Karar vermenin karanlık ve bulanık yönü gözle görülemeyen ve hesaplaması yapılamayan duygusal faktörler olarak karşımıza çıkmaktadır (Kahneman , 1991:145). Duygusal faktörlere dayalı karar vermeye sezgisel karar verme adı verilmektedir. Sezgisel karar verme daha önce yaşanan tecrübeler ve bir üründen hoşlanma ya da hoşlanmama, zevk alıp almama duygu durumlarına göre karar vermeyi içermektedir. Genellikle müşteriler için bu tip karar verme biçimi kolay olması nedeniyle rasyonel karar vermeye göre daha fazla tercih edilebilmektedir (Shleifer, 2012:1082). Ancak bu yönüyle müşterilerin ürünlerden beklentilerinin tahmin edilmesi zorlaşmaktadır. Emlak alım kararı, müşterilerin genellikle yüksek miktarda ödeme yapmalarını gerektirmesi nedeniyle mantıksal olarak daha fazla çaba harcamalarına neden olmaktadır. Bazı kaynaklarda emlak alım kararı sürecinin rasyonel faktörlerin değerlendirilmesi ile başladığı, asıl alım kararını verdiren faktörlerin yine duygusal olduğu belirtilmiştir. Duygusal faktörlerin oluşumunda hayal gücü, dokunma, koklama duyguları ön plana çıkmaktadır.

Azmi, Ibrahim, Ghafar ve Rashidi (2022:874) tarafından yapılan çalışmada, satışı yapılan konutun gerçek ortamda gezilmesi ile sanal gerçeklik yazılımı ortamında gezilmesi arasındaki duygusal etki farkları ölçülmeye çalışılmıştır. İki ortam arasındaki farkın ölçümünde, çevresel faktörlerin duygusal etkilerinin araştırılmasında dikkate alınan S-O-R modeli kullanılmıştır (Donovan, Rossiter, Marcoolyn ve Nesdale, 1994:284). S (Stimulus: Atmosfer), O (Organism: Atmosfer uyaranlarının müşteriler üzerinde bıraktığı zevk hissi), R (Response: Alım niyeti) arasındaki ilişki araştırılmıştır. Atmosferin ölçümünde hem sanal ortam hem de gerçek gayrimenkul ziyareti tecrübelerinden ve deneyiminden duyulan hoşnutluk, ilginçlik, monotonluk ve etkilene durumları incelenmiştir. Atmosfer uyaranlarının müşteriler üzerinde bıraktığı etkinin araştırılmasında mutluluk, eğlenme, uyarılma, kendini rahat hissedip hissetmeme duygularının ölçümüne yönelik sorular sorulmuştur. Son olarak yaşanan tecrübe sonrası müşterilerin konutu alma niyetlerinin ne yönde etkilendiğine yönelik sorular sorulmuştur. Araştırma sonucunda alım niyetinin tetiklenmesinde gerçek yapılan ev ziyareti ile sanal ortamda evin gezilmesi arasında büyük bir farklılık görülmemiştir. Bu sonuçlara göre sanal gerçeklik emlak pazarlamacıları için geleneksel pazarlamaya ek yeni pazarlama yöntem ve fırsatlarını beraberinde getirmektedir. Alım niyetinin tetiklenmesinde müşterinin ürüne gelmesi beklenmeden müşterinin ayağına kadar hizmetin ve tanıtımın götürülmesi mümkün olmaktadır. Bugün için sadece internet üzerinden sanal tur ile müşterilerin bir gayrimenkulü almaya tamamen karar vermesi

beklenmemektedir. Ancak müşterinin ürüne olan ilgisinin çekilmesi mümkün görülmektedir.

Sanal Gerçeklik Uygulamaları ve Emlak Pazarlaması

Günümüzde çoğunlukla yeni yapılan binaların hem iç hem dış tasarımında sadece müteahhit ve mimarların beğenisine yönelik üretim gerçekleştirilmektedir. Müşterilerin bazen beğenisini kazanan bu tasarımlar çoğunlukla müşterilerin tam olarak istek ve ihtiyaçlarını karşılamaktan uzaktır. Müteahhit firmalar malzeme kullanımında kârlılık etkenini göz önünde bulundururken, mimarlık firmalarının genellikle benzer çizimleri yaptıkları görülmektedir. Özellikle yaşanan COVID-19 salgın hastalığı sürecinde tüm dünyada karantina uygulamaları nedeniyle insanların zorunlu olarak evlerinde geçirdikleri süre artmış, evden çalışma gündeme gelmiş, yeni ihtiyaçlar ortaya çıkmıştır. Emlak konusuna bakış açısı değişmiş konuta verilen önem artmıştır (Yang, Li, Zhou, Li ve Feng, 2023:1). Emlak pazarlaması alanında geleneksel pazarlama yöntemleri yetersiz kalmış alternatif dijital altyapıya dayalı sanal gezinti gibi yeni pazarlama yöntemleri araştırılmaya başlanmıştır (Belniak ve Zielina, 2019:1). İnternet üzerinden mobil telefonlar aracılığı ile görüntülü olarak kiralık ve satılık mülkler müşterilere tanıtılmaya çalışılmıştır. Sanal emlak turlarına olan ilgi ve merak bu dönemde ortaya çıkmıştır (Luangrath, Peck , Hedgcock ve Xu, 2022:306).

Sanal emlak turları ile birlikte sanal ortamda müşteriler ile ortak tasarımlar gerçekleştirebilmek önem kazanmaktadır. Müşteri katılımlı tasarım oluşturabilmek işletmelerin elektronik ticarete ulaşmak istediği en üst noktayı temsil etmektedir. COVID-19 salgın hastalığı süresince elektronik ticaret işlem hacmi artış göstermiştir. Ürün ve hizmetlerin internet üzerinden ticaretine elektronik ticaret adı verilmektedir. Elektronik ticaretin farklı türleri bulunmaktadır. Bunlardan ilki B2B (Business to Business) işletmeler arası ticaretin internet üzerinden gerçekleştirilmesidir. İkincisi B2C (Business to Customer) işletmelerin ürettikleri ürünlerin internet üzerinden müşterilere satışının gerçekleştiği türdür. Yaygın olarak kullanılan bir diğer elektronik ticaret türü C2C (Customer to Customer) ürünlerin tüketiciler arasında el değiştirdiği ticarettir. İnşaat firmalarının önümüzdeki dönemde elektronik ticarete olan ilgilerinin artacağını söylemek yanlış olmayacaktır. Bununla birlikte elektronik sözleşme, elektronik tapu el değiştirme işlemlerinde ilerleme kaydedilmesi beklenmektedir (Khahro, Hassan, Zainun, ve Javed, 2021:3). Müşterilerin ihtiyaç duyduğu ve beğendiği ürünlerin tasarlanmasında işletmeler, elektronik ticarete üç aşamalı bir süreçten geçmektedir. İşletmeler bu süreçlerden herhangi bir aşamada kalmayı tercih edebileceği gibi müşterilerine

daha iyi hizmet sunabilmek için son aşamaya kadar ilerlemeyi amaç edinebilir. İlk aşama müşterilere sadece işletmeyi tanıtmayı amaçlayan ve müşterilerin istek ve şikayetlerini belirtebilecekleri iletişim aşamasıdır. Bu aşamada internet üzerinden satış söz konusu değildir. Aşamanın adından da anlaşılacağı üzere sadece müşteriler ile iletişimin sağlanması amaçlanmaktadır. İkinci aşama işlem aşamasıdır. Bu aşamada müşterilere internet üzerinden alışveriş yapabilmek imkânları yaratılır. Elektronik ticarete son aşama transformasyon aşamasıdır. Bu aşamaya ulaşan işletmeler müşterilerin kendi istedikleri ürünleri site yazılımları sayesinde tasarlayabilmelerine, ürünleri kişiselleştirebilmelerine ve tasarladıkları ürünleri internet üzerinden satın alabilmelerine olanak sağlamaktadır.

Emlak firmaları müşterilerin kendi istedikleri gayrimenkulleri tasarlayabilmelerini ve bu gayrimenkuller içinde sanal turlar yapabilmelerini sağladıkları takdirde, hem müşterilerin istedikleri ve ihtiyaç duydukları ürünlerin üretilmesini sağlayabilirler, hem de ihtiyaç duyulan ürünün özellikleri konusunda şüphe etmeden pazarlama çalışmalarını ve satış çabalarını gerçekleştirebileceklerdir.

Sanal gerçeklik yazılımları ile bir gayrimenkulün sadece odalarının yeri, metrekare büyüklükleri belirlenmemekte, aynı zamanda iç mimari konusunda da sonsuz seçenekte dizaynlar gerçekleştirilebilmektedir. Yapay zekanın da kullanımı ile müşterilerin düşünemedikleri ancak beğenebilecekleri tasarımlar yapılabilmektedir (Xiong, Cheung, Levy ve Allen, 2022:3).

Belirli bir ara yüz üzerinden interaktif şekilde müşterinin katılımı sağlanarak üretici firmanın gözetiminde ve müşterinin bilgi sahibi olmadığı teknik konularda kendisine düzeltici uyarılar yapılarak tasarımlar gerçekleştirilebilmektedir (Li ve Zheng, 2022:2). Sanal ortamda bir nesnenin yerini değiştirerek son halini görebilmek müşterilerde merak duygusunu uyandırabilmekte bu durum müşterinin istenilen pazarlama ortamında daha fazla zaman geçirmesine neden olabilmektedir. Artırılmış gerçekliğin müşteriler üzerindeki etkisinin araştırıldığı bir çalışmada müşterilerin araştırma ve değerlendirme çabalarında pozitif yönlü artış tespit edilmiş, deneyimden keyif aldıkları ve olumlu duygusal tepkiler verdikleri görülmüştür (Zaveri ve Amin, 2019:23). Ayrıca yapılan bazı araştırmalarda sanal ortamlarda gerçekleştirilen faaliyetlerde insanların yüz yüze etkileşimin olduğu ortamlara göre kendilerini daha rahat hissettikleri sonucuna ulaşılmıştır (Bridges, Strellzoff ve Sulbaran, 2011:297).

Sanal gerçeklik ile müşterilere fiziksel dünya ve sanal dünya arasında köprü görevi görebilecek sürükleyici, haz ve keyif alabilecekleri merak ettiklerini öğrenebilecekleri ve tecrübe edebilecekleri ortamlar yaratılmaya çalışılmaktadır

(Sung, Mergelsberg, Teah, D'Silva ve Phau, 2021:199). Sanal gerçeklik uygulamaları sayesinde müşteriler pasif gözlemci konumundan aktif katılımcılar haline dönüştürülebilmektedir (Regt, Plangger ve Barnes, 2021:2) (Freeman , 2021;33). Müşterilerin en az çaba ile oturdukları yerden ilgilendikleri gayrimenkullerin içinde gezip dolaşabilecekleri ve gerektiğinde ihtiyaç ve isteklerine göre mekânların tasarımında değişiklikler yapabilecekleri tek ortamın sanal gerçeklik yazılımları ile hazırlanmış ortamlar olduğu söylenebilir. Pazarlama faaliyetlerinin artan maliyetleri düşünüldüğünde daha fazla kârlılık için en az maliyet ve çaba ile istenilen maksimum sonucun alınması önemli hale gelmiştir. Geleneksel emlak pazarlama yöntemi olan bir müşterinin satılık ve kiralık ürünleri görmesi için fiziksel olarak gayrimenkuller arasında gezdirilmesi, emlak şirketlerini zaman kaybı, artan yakıt masrafları ile karşı karşıya bırakmaktadır.

Sanal gerçeklik uygulamaları sayesinde müşteriler seçenekler arasından istedikleri ve beğendikleri gayrimenkulleri kendi bulunmuş oldukları ortamdan ayrılmadan görebilme, içinde yaşayacakları mekânı tecrübe edebilme ve beğendikleri gayrimenkulleri diğerlerinden ayırabilme şansına sahip olabilecektir (Chen ve Yao, 2022:524). Seçeneklerini daraltmış, ne istediğini bilen müşterilere hizmet vermek, emlak şirketlerinin pazarlama çabalarını kolaylaştırırken, zaman ve diğer maliyetlerden tasarruf etmelerini sağlayabilecektir (Sihi, 2018:412). Emlak müşterileri, emlak üreticileri ve emlak pazarlama şirketleri için sağlayacağı bu faydalar düşünüldüğünde sanal gerçeklik uygulamalarına olan ilginin önümüzdeki dönemde artması beklenebilir.

SONUÇ

Emlak pazarlaması alanında internet ilanları 1990'lı yıllarda yoğun şekilde kullanılmaya başlanmıştır. Zaman içinde ilanlar karar alım sürecinde daha fazla bilgiye ihtiyaç duyulması nedeniyle önce resimler sonrasında videolar ile desteklenmeye çalışılmıştır. Emlak ürünleri fiyatları yüksek, yatırım aracı olarak kullanılabilen ürünlerdir. Özellikle Covid-19 salgın hastalığı süreci ve sonrası emlak ürünleri içinde konutun önemi artmıştır. Emlak ürünleri içinde en fazla alınıp satılan ürün olan konut ihtiyaçlar hiyerarşisinde ilk basamaklarda yer almaktadır. İnsan hayatının büyük ve önemli bir bölümüne yaşam alanı olarak hizmet etmesi nedeniyle müşterilerin konut satın alma kararı verirken ihtiyaç duydukları bilginin sayı ve niteliği artmıştır. Bilginin sınıflandırılması ve değerlendirilmesi aşaması karmaşıklaşmış ve karar verme süreci uzamıştır.

Günümüzde karar verme sürecini basitleştirerek harcanan zamanı kısaltmak için sanal gerçeklik ve artırılmış gerçeklik uygulamalarının emlak pazarlaması

alanında kullanımı ile ilgili deneysel çalışmalar başlatılmıştır. Bilgi iletişim teknolojilerinin gelişmesi ile veri iletişiminin hızlanması, mobil teknolojiler ve bilgisayar donanım parçalarının üretiminde yaşanan gelişmeler ve yazılım alanında gerçekleştirilen ilerlemeler sanal gerçeklik uygulamalarının emlak pazarlaması alanında kullanımına imkân vermiştir.

Denekler üzerinde yapılan çalışmalarda müşterilerin ürünlere ilgisinin çekilmesinde ve bilgi ihtiyacının giderilmesinde pozitif sonuçlar elde edilmiştir. Ancak dış dünyanın daha iyi algılanmasını sağlayan dokunma ve koku alma duyularına hitap edilememesi sanal gerçeklik uygulamalarının sınırlılığı olarak belirlenmiştir. Bu eksikliğin giderilebilmesi için giyilebilir teknolojiler ile sınırlılıklar aşılma çalışılmaktadır.

Philip Kotler internet üzerinden pazarlamanın tek başına yeterli olmayacağını geleneksel pazarlamaya destek olarak kullanılabileceğini belirtmiştir. Aynı şekilde emlak pazarlaması alanında kullanılabilecek olan sanal gerçeklik uygulamalarının tamamen geleneksel pazarlama uygulamalarının yerine kullanılabileceğini söylemek yanlış olabilir ancak önümüzdeki dönemde müşterilerin satılık ve kiralık gayrimenkullere ilgisinin çekilmesinde, müşterilerin ihtiyaç duydukları bilgilere ulaşmasında ve seçeneklerin sınırlandırılması konusunda yardımcı olabilirken, emlak pazarlamacılarına zaman ve maliyet tasarrufları sağlayabilecektir. Ayrıca detaylı düşünülmüş yapay zeka destekli sanal gerçeklik uygulamaları, emlak üreticileri ve pazarlamacıları için rakiplerine üstünlük sağlamalarında önemli bir yardımcı olabilir.

REFERANSLAR

1. Azmi, A., Ibrahim , R., Ghafar, M. A. ve Rashidi, A. (2022). Smarter real estate marketing using virtual reality to influence potantial homebuyers emotions and purchase intention. *Smart and sustainable built environment*, 11(4), 870-890.
2. Belniak, M., ve Zielina, E. R. (2019). Effectiveness of Applying Marketing Tools in Real Estate Trading . *Materials Science and Engineering*, 1-10.
3. Bridges, E. D., Strellzoff, A. ve Sulbaran, T. (2011). Teaching Marketing Through a Micro-Economy in Virtual Reality. *Journal of Merketing Education*, 33(3), 295-311.
4. Chen, C. ve Yao, M. Z. (2022). Strategic use of immersive media and narrative message in virtual marketing: Understanding the roles of telepresence and transportation. *Psychology and Marketing*, 39(3), 524-542.
5. Darley, W. K., Blankson, C. ve Luethge, D. J. (2010). Toward and Integrated Framework for Online Consumer Behavior and Decision Making Process: A Review. *Psychology and Marketing*, 27(2), 94-116.
6. Donovan, R. J., Rossiter, J. R., Marcoolyn, G. ve Nesdale, A. (1994). Store Atmosphere and Purchasing Behavior. *Journal of Retailing*, 70(3), 283-294.
7. Frechette, C., Diassio, S., Lockett, M., Trocchia, P. J. ve Natali, S. (2023). Immersive Technology as a Social Marketing Tool: Exploring the Impact of 360-Video and Virtual Reality on Intent to Help and Attitudes Toward the Homeless. *Social Marketing Quarterly*, 29(1), 46-66.
8. Freeman , M. (2021). Marketing virtual reality experiences... without the headset: wathching, playing and fearing Anagram's Goliath. *Media Practice and Education*, 23(1), 20-36.
9. Kahneman , D. (1991). Judgment and Decision Making: A Personal View. *Psychological Science*, 2(3), 142-145.
10. Khahro, S. H., Hassan, S., Zainun, N. B. ve Javed, Y. (2021). Digital Transformation and E-Commerce in Construction Industry: A Prospective Assessment. *Academic of Strategic Management Journal*, 20(1), 1-8.
11. Leveau, P. H. ve Camus, e. (2023). Embodiment, immersion, and enjoyment in virtual reality marketing experiences. *Psychology and Marketing*, 40(7), 1329-1343.

- 12.Li, L. ve Zheng, X. (2022). The Study of Virtual Reality Sensing Technology in the Form Design and Perception of Public Buildings. *Journal of Sensors*, 1-9.
- 13.Luangrath, A. W., Peck , J., Hedgcock, W. ve Xu, Y. (2022). Observing Product Touch: The Vicarious Haptic Effect in Digital Marketing and Virtual Reality. *Journal of Marketing Research*, 59(2), 306-326.
- 14.Regt, A., Plangger, K. ve Barnes, S. (2021, November). Virtual Reality Marketing and Customer Advocacy: Transforming Experiences from Storytelling to Story-Doing. *Journal of Business Research*, 136, 513-522.
- 15.Shastry , S., Vanketesh , M. N. ve Badrinath, D. N. (2022). Sustaining Real Estate Sector through Technological Interventions: Purchase Intention of Residential Apartment Buyers. *European Property Law Journal*, 11(1), 86-94.
- 16.Shleifer, A. (2012). Psychologist at the Gate: A Review of Daniel Kahneman's Thinking Fast and Slow. *Journal of Economic Literature*, 50(4), 1080-1091.
- 17.Sihi, D. (2018). Home Sweet Virtual Home, The use of virtual and augmented reality technologies in high involvement purchase decisions. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 12(4), 398-417.
- 18.Solanki, D. M., Laddha, H., Kangda, M. Z. ve Farsangi, E. N. (2023). Augmented and Virtual Realities: The Future of Building Design and Visualization. *Civil and Environmental Engineering Reports*, 33(1), 17-38.
- 19.Suh, K. S. ve Lee, Y. E. (2005). The Effects of Virtual Reality on Consumer Learning: An Empirical Investigation. *MIS Quarterly*, 29(4), 673-697.
- 20.Sung, B., Mergelsberg, E., Teah, M., D'Silva, B. ve Phau, I. (2021). The effectiveness of a marketing virtual reality learning simulation: A quantative survey with psychophysiological measures. *British Journal of Educational Technology*, 52(1), 196-213.
- 21.Tang, Y. M., Lau, Y. Y. ve Ho, U. L. (2023). Empowering Digital Marketing with Interactive Virtual Reality (IVR) in Interior Design: Effects on Customer Satisfaction and Behavior Intention. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 18, 889-907.
- 22.Xiong, C., Cheung, K. S., Levy, D. S. ve Allen, M. (2022). The effect of virtual reality on the marketing of residential property. *Housing Studies*, 1-24.
- 23.Yang, M., Li, P., Zhou, H., Li, Z. ve Feng, L. (2023). Understanding the Impact Mechanism of User Behavior Pattern toward Real Estate App

Platforms in the Post-COVID Era: A Quantitative Analysis.
Sustainability, 15(11), 1-21.

- 24.Zaveri, B. ve Amin, P. (2019). Augmented and Virtual Reality: Future of Marketing Trends. *Journal of Commerce and Management*, 6(1), 16-25.

47. Bölüm

İş Yerinde Duygular: Oluşumu, Etkileri ve Yönetilmesi

Celal YILMAZ¹

¹ Dr. Celal Yılmaz; Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Yabancı Diller Yüksekokulu Yabancı Diller Bölümü, cyilmaz@nevsehir.edu.tr ORCID No: 0000-0002-3354-7681

ABSTRACT

This study has been prepared with the aim of addressing the researchers, managers and employees in all sectors, and other individuals who are interested in emotions in organizations. It defines the concept of emotion and its scope. In addition, it provides how emotions emerge in an organization and affect worklife and how they are to be managed. In this regard, the following issues stand out:

Emotions in a workplace are influential on a wide range of issues such as intellectual and cognitive processes, decision-making behaviors, communication skills, work-styles, performance and productivity. This comprehensive effect has led to the abandonment of the understanding that ignores the existence and importance of emotions in organizations. And it has sparked an intense curiosity among researchers, practitioners, and managers to comprehend the dynamics of emotions in organizations. Emotions in a workplace arise as a response to decisions, behaviors, and outcomes that influence the work environment. They are experienced and shared in workplace. However they cause various consequences. Experiencing and sharing positive emotions among employees is associated with positive organizational outcomes while negative emotions are related to negative organizational outcomes. From this point of view, the basic perspective of emotion management is to increase positive emotions and decrease negative ones. Therefore, it is crucial to structure organizational practices, social processes and job descriptions so that they can foster positive emotions in organizations. This paves the way for increasing employee welfare and organizational performance.

Keywords – emotion in organizations, emotional interaction, intellectual and cognitive process, decision-making behavior, communication skill, work-style, performance and productivity

ÖZET

Bu çalışma, örgütsel yaşamda duygunun yeri ve önemi konularına ilgi duyan bilim insanlarına, bütün sektörlerdeki yöneticilere ve çalışanlara ve konuya ilgi duyan diğer bireylere işyerinde duygu konusunda hitap etme amacıyla hazırlanmıştır. Çalışma kapsamında; duygu kavramı, kapsamı ve tanımı üzerinde durulmuş, akabinde iş yerinde duygu oluşumu ve etkileri ve yönetimine yer verilmiştir. Bu kapsamda aşağıdaki hususların ön plana çıktığı tespit edilmiştir:

İşyerinde duygular, çalışanların düşünsel ve bilişsel süreçleri, karar verme davranışları, iletişim ve ilişki becerileri, çalışma tarzları, performans ve

verimlilik gibi çok çeşitli konular üzerinde etkilidir. Bu kapsamlı etki, iş yerinde duyguların varlığını ve önemini göz ardı eden anlayıştan vazgeçilmesine ve araştırmacıların, uygulayıcıların ve yöneticilerin iş yerindeki duygu dinamiklerini anlamaya yönelik merakının artmasına neden olmuştur. İşyerinde duygular, çalışma ortamını etkileyen karar, davranış ve sonuçlara tepki olarak ortaya çıkar. İş ortamında yaşanır, ifade edilir, paylaşılır ve çeşitli sonuçlara neden olurlar. Çalışanlar arasında olumlu duyguların yaşanması ve paylaşılması pozitif örgütsel çıktılarla, olumsuz duyguların yaşanması ve paylaşılması ise negatif örgütsel çıktılarla ilişkilidir. Buradan hareketle, duygu yönetiminin temel bakış açısının olumlu duyguları artırmak ve olumsuz duyguları azaltmak olduğu görülmektedir. Örgütsel uygulamaların, sosyal süreçlerin ve görev tanımlamalarının bu doğrultuda yapılandırılması önem arz etmektedir. Böylece çalışan refahı ve örgütsel performansın artmasının önü açılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: İş yerinde duygu, duygusal etkileşimler, düşünsel ve bilişsel süreçler, karar verme davranışları, iletişim ve ilişki becerileri, çalışma tarzları, performans ve verimlilik

GİRİŞ

Duygular, birçok çalışmada belirtildiği ve her birimizin bizzat deneyimlediği gibi insan yaşamının ayrılmaz bir parçasıdır. Geçmişte iş yerinde duyguların varlığı ve önemi göz ardı edilirken, günümüzde hiç kimse bireyin işe giderken duygularından sıyrıldığını iddia etmemektedir. Bu söylemi doğrular tarzda Şchiopu (2015:277), ilk örgütsel teorisyenlerin çoğunun duyguları görmezden geldiğini ya da duygulara, algıları yanlış yönlendirerek rasyonaliteye müdahale eden olumsuz işlevlere sahip olgular olarak baktıklarını, son dönemlerde ise duygu kavramı ve işlevlerine yönelik gerek bilim camiasında gerekse çalışma hayatında artan bir ilginin olduğunu belirtmiştir. Ashkanasy (2003:10), iş yerinde duyguları araştırmakta bu kadar gecikilmiş olmasının nedenini, duyguların yapısı gereği geçici ve kendine özgü bir doğaya sahip olmasına bağlamıştır ve bu kadar geniş ve öngörülemez bir şekilde değişebilen bir kavramı sistematik olarak incelemenin oldukça zor olduğunu belirtmiştir.

En basit ifadesiyle duygu, fiziksel ve psikolojik değişiklikler ve ardından harekete geçmeye hazır olma ile sonuçlanan, çevresel uyarana biyolojik bir tepki biçimi deneyimdir (Ashkanasy ve Dorris, 2017:67). Duygular, organizmaların değişen çevresel koşulları karşılamaları için davranışlarını uyarlamaları sürecinde ciddi katkılar sağlar. Olumlu duygular refah için gereken ön koşullardan biridir. Olumsuz duygular ise bireye çözülmesi gereken zorlu bir

durumun var olduğuna dair sinyaller gönderen uyarı mekanizmasıdır. Olumlu duygular neşe, ilgi, gurur, memnuniyet vb. ile, olumsuz duygular ise huzursuzluk, kızgınlık, memnuniyetsizlik, adaletsizlik vb. ile ilgili geçici içsel durumlardır. Yaşanılan her duygu hem kısa hem de uzun vadede bireysel ve örgütsel işlevselliğe çeşitli şekillerde etkilerde bulunur (Brief ve Weiss, 2002:280). Bireysel ve örgütsel etkileri nedeniyle iş yerinde duyguları yönetme konusu, yönetim uygulamalarının odağında yer almaktadır (Mastenbroek, 2000:19). Bu gerçek araştırmacıların, uygulayıcıların ve yöneticilerin iş yerindeki duygu dinamiklerini anlamaya olan merakının artmasına neden olmuştur. Çok sayıda bilim insanı, birey davranışının ve verimliliğinin doğrudan doğruya o bireyin duygu durumundan etkilendiğini savunmuştur (VanMaanen ve Kunda, 1989; Hosking ve Fineman 1990; Ashforth ve Humphrey, 1995; Weiss ve Cropanzano, 1996; Fisher ve Ashkanasy, 2000; Raišienė vd., 2023). Bu bilimsel bakış açısı, duyguların iş yeri bağlamları ile çalışan davranışı arasında kritik bir bağlantı oluşturduğunu göstermektedir (Sahu ve Srivastava, 2017:100). Lord ve Kanfer (2002:7), bilim camiasında iş yerinde duygu konusuna dönük ilginin nedenini, duygu merkezli araştırmalardan sağlanacak bilgi ve bulguların, çalışanların refahını ve örgütün performans düzeyini iyileştirecek uygulamalarda girdi olarak kullanılacak olması şeklinde özetlemiştir. Duygu barındırmayan örgütler, duygulardan yoksun bireyler ve ilişkiler kadar ruhsuzdur. Duygular enerji ve bağlılık üretir, anlam iletir, hedefleri ve endişeleri işaret eder ve bir örgütteki ahlaki tutumları yansıtır. Sonuç olarak, duygusuz örgütler çalışanlarından çok fazla motivasyon, bağlılık veya ahlaki katılım beklememelidir.

Duygu; psikoloji, sosyoloji, antropoloji, sosyal psikoloji, bilişsel bilim ve felsefe dâhil olmak üzere çeşitli epistemolojik çerçeveler tarafından inceleniyor olsa da, belirsizlik hala insan duygusal deneyiminin yapısını çevrelemeye devam etmektedir. Dahası, duyguların iş yerlerinde oynadığı rol ve özellikle de duygu ve bilişin kritik bağlantı noktası hakkında hala yeterli miktarda araştırma bulunmamaktadır (Ashkanasy ve Dorris, 2017:67). Bowen (2014:115), bu eksikliği, iş yerlerindeki duygularla ilgili çalışmaların henüz ergenlik olarak adlandırılabilir bir dönemde olduğunu dile getirerek vurgulamıştır.

Bu çalışma, duygu konusu çalışma alanında bulunan bilim insanlarına, bütün sektörlerdeki (özel sektör, kamu sektörü ve üçüncü sektör) yöneticilere ve çalışanlara, geleceğin yönetici ve çalışan adaylarına ve konuya ilgi duyan diğer bireylere, örgütsel yaşamda duygunun yeri ve önemi konularında bilgi aktarmak amacıyla hazırlanmıştır. Çalışma kapsamında; ilkin duygu kavramı, kapsamı ve tanımı üzerinde durulmuş, akabinde iş yerinde duygu oluşumu ve iş yerinde

duyguların etkilerine değinilmiş ve son olarak iş yerinde duyguların yönetimi konusu irdelenmiştir.

DUYGU KAVRAMI, KAPSAMI VE TANIMI

Duygu kavramının doğru bir şekilde anlaşılabilmesi için duygulanım, ruh hali ve his kavramları ile birlikte ele alınmasında fayda bulunmaktadır. Ruh halini ve duyguları içeren şemsiye bir kavram olan duygulanım, olumlu ve olumsuz duyguları tanımlayan genel bir terimdir (Hwang vd., 2021:3754). Duygulanım, durum etkisi ve eğilimsel etki (kişilik özelliği) şeklinde iki başlık altında incelenir.

Durum etkisi, bir ruh hali veya duygu olarak tanımlanabilecek kısa vadeli bir duygusal deneyime atıfta bulunur. Ruh halleri, eğilimsel etkiden daha kısa, ancak duygulardan daha uzun süreli yaygın duygusal durumları içerir. Ruh halleri, bireyin bilişsel arka planında etkinleşir, belirli bir hedefi yoktur. Duygular ise belirli hedeflere sahip olma eğilimindedir ve ruh hali ve duygulanıma kıyasla daha kısa ve yoğunur (Joseph vd., 2015:558).

Eğilimsel etki ise, olayları olumlu ya da olumsuz olarak değerlendirmede etkili olan istikrarlı bir kişisel yönelimdir (Gooty vd., 2010:981). His, yaşananların zihindeki yansımalarıdır. Duygu bedensel bir hal iken, his zihinsel bir haldir (Çakıroğlu, 2016:6). Beynin duygu durumunu yükseltmesinin bir sonucu olan hisler, bilinçli deneyimlerdir (Aziz vd., 2021:1831). Ruh halleri ve duygular, kavramsal olarak bazı noktalarda farklılık gösteren duygusal durumlardır. Ruh halleri genellikle uzun sürelidir (yani birkaç saatten birkaç güne kadar), duygular ise saatler yerine dakikalar süren daha anlık tepkilerdir. Ruh hallerinin yoğunluğu duygulardan daha düşüktür. Duygular kasıtlıdır (örneğin, “beni aşağıladığın için sana kızgıyım” cümlesinde olduğu gibi). Ruh halleri daha küreseldir, kasıtlı değildir ve birleşik sebeplere sahiptir (örneğin, “iyi notlarla mezun oldum”; “şu an tatildeyim ve iyi bir ruh hali içerisindeyim” cümlelerinde olduğu gibi) (Poels ve Dewitte, 2019:83). Uslu (2020:152), duygu ile his arasındaki ilişkiyi “duygu, hislerin görünür hale gelmesi, bir ifadeye dönüşmesidir” cümlesi ile özetlemiştir.

Literatürde duygu kavramının tanımlanması konusunda bir fikir birliği yoktur. Teorisyenler ve araştırmacılar kavramı farklı anlam ve işlevleri yansıttak şekilde kullanmaktadırlar (Izard, 2010:363). Bilişsel Değerlendirme Teorisine göre duygu, bir olaya veya varlığa verilen organize bir zihinsel tepkidir (Gooty vd., 2010:980). Watson ve Clark (1994:89), duygu kavramını; organizmanın ihtiyaçları, amaçları veya hayatta kalmasıyla ilgili bir olaya karşı geliştirilmiş ve yüksek düzeyde yapılandırılmış bir tepki şeklinde ele almaktadırlar. Bir başka kaynakta ise kavram; değişen çevresel koşullara doğru

şekilde uyum sağlama yarayan kısa süreli ve yoğun psikolojik ve/veya fizyolojik fenomenler şeklinde tanımlanmıştır (Levenson, 1994:123; Sund ve Lines, 2017). Kleinginna ve Kleinginna (1981:355), kapsayıcı bir bakış açısıyla duygu kavramını; nöral/hormonal sistemlerin aracılık ettiği, öznel ve nesnel faktörler arasındaki karmaşık etkileşimler dizisi olarak nitelendirmişlerdir. Ayrıca yazarlar bu etkileşimlerin; (a) uyarılma, zevk ve hoşnutsuzluk duyguları gibi duygusal deneyimlere yol açabileceğini; (b) duygusal olarak ilgili algısal etkiler, değerlendirmeler ve etiketleme süreçleri gibi bilişsel süreçler yaratabileceğini; (c) uyandırma koşullarına yönelik yaygın fizyolojik ayarlamaları etkinleştirebileceğini ve (d) her zaman olmamakla birlikte genellikle ifade edici, amaca yönelik ve uyarlanabilir davranışlara yol açabileceğini belirtmişlerdir.

Modern psikologlar duyguyu çok bileşenli bir yapı olarak ele almakta ve bu bileşenleri bilişsel, davranışsal ve fizyolojik olarak sıralamaktadırlar. Bilişsel bileşen, duygunun çevresel bir uyarana yönelik bireyin değerlendirmesini içerir ve değişimlere uyum sağlamaya yardımcı olur. Davranışsal bileşen, duygunun istemli veya istemsiz olarak, jest ve mimikler ve diğer araçlar aracılığıyla açığa vurulmasını ifade eder. Fizyolojik bileşen ise, duygunun bireyin fiziksel varlığında ne gibi etkiler doğurduğu ile ilgilidir. Örneğin, topluluğa karşı hitap ederken yaşanan heyecan duygusu nedeniyle avuç içlerinin terlemesi, öfke duygusunda kalp atış ritminin hızlanması gibi (Taşbaş, 2019:11). Çok geniş bir yelpazeye yayılmış olan duyguların öne çıkan özellikleri şu başlıklar altında sıralanabilir (Şenol, 2022:101):

- Duygular, öngörülemezdir ve kendiliğinden oluşur.
- Duygular, organizmadaki tepkilerle beraber hissedilir.
- Duygular, pozitif ve negatif olabilir.
- Duygular, beden dili yani jest ve mimikler yoluyla izlenebilir.
- Duygular, talepleri, amaçları ve eylemleri yönlendirebilir.

İŞ YERİNDE DUYGULARIN OLUŞUMU

Duygulanım, olumlu veya olumsuz duygularla ilişkili duygular, ruh halleri, mizaç ve diğer psikolojik ve fizyolojik yapıları ifade eden genel bir terimdir. Ruh halleri ve duygular, geçici yapıları nedeniyle duygusal durumlar olarak adlandırılır. Weiss ve Cropanzano'ya (1996) göre, ruh halleri ve duygular farklı duygusal durumlar olsa da, her ikisi de duygusal olaylara tepki olarak ortaya çıkar. Duygusal olaylar, kişisel hedefler açısından tehdit ya da fırsat olarak algılanan durumlar, nesneler veya olaylardır. Bu nedenle, iş yeri, ruh hallerinin ve duyguların tetiklenmesi için verimli bir ortamdır. Bireyin örtük veya açık iş yeri hedeflerine ulaşma becerisi çalışma ortamındaki memnuniyet ve iyi oluş

düzeyinden doğrudan etkilenir (Ashkanasy ve Ashton-James, 2005:225). Öte yandan özellik etkisi (kişilik etkisi) ile ilgili olan mizaç; tutumlar, bilişler ve davranışlar üzerinde daha yaygın ve kalıcı bir etkiye sahiptir. Özellik etkisi bireysel farklılık değişkeni olduğundan ve ruh halleri ve duyguların iş yeri davranışları üzerindeki örtük ve belirleyici etkilerinden (Ashkanasy ve Ashton-James, 2005:225) dolayı bu başlık altında duygusal durumlara odaklanılmıştır.

Brief ve Weiss (2002:286), iş yerinde duygusal değişimlere neden olan faktörleri; stresle bağlantılı iş yeri olayları/koşulları, fiziksel ortamın özellikleri, lider-üye etkileşimi, çalışma grubunun özellikleri ve ödül ve ceza sistemi olmak üzere beş başlık altında ele almaktadırlar.

Stresle Bağlantılı İş Yeri Olayları/Koşulları

Stres; bireysel kaynakların beklentiler ve çevresel baskılarla baş edememesi sonucu ortaya çıkan ve bireyin refahını tehlikeye atan fiziksel ve psikolojik gerilim durumudur (Luria ve Torjman, 2009:685; Bıçkes vd., 2017:2630). Bu tanımdan hareketle stresle bağlantılı iş yeri olayları Folkman ve Lazarus (1988:466) tarafından, kişinin çalışma ortamında karşı karşıya kaldığı durumsal talepler ile bu talepleri karşılamada kullanacağı başa çıkma kaynakları arasında algıladığı bir tutarsızlık olarak tanımlanmıştır. Bir başka kaynakta ise kavram; olağan deneyim aralığının dışında kalan ve çalışanın başa çıkma becerisini zorlayarak onu bunaltan olaylar şeklinde ele alınmıştır (Delany vd., 2021:574).

Genel olarak stres yapıcılar, kaynakların kaybını tehdit eden veya onları geri kazanmada güçlük yaratan olaylardır. Ayrıca bazı bilim insanları çeşitlilik, özerklik ve meydan okuma gibi olumlu özelliklerin yokluğunun da bir stres etkeni olduğunu dile getirmişlerdir (Luria ve Torjman, 2009:685). Stresli iş yeri olaylarının yaygın örnekleri arasında çelişen rol talepleri, bilişsel gerginlik, zaman baskısı, yönetim ile müzakere ve fiziksel olarak tehdit edici koşullar (bulaşıcı hastalığı olan hastalara bakmak gibi) yer alır. Bu nedenle, stresli iş yeri olayları kişilerarası, duygusal, bilişsel veya fiziksel olabilir (Ashkanasy ve Ashton-James, 2005:226). Doğru şekilde ele alınmadığında, bu olayların etkileri birikebilir ve yorgunluk, motivasyon kaybı, iş tatminsizliği, izolasyon duyguları, tükenmişlik ve depresyon olarak ortaya çıkabilir (Delany vd, 2021:574).

Fiziksel Ortamın Özellikleri

Fiziksel çevre; yerleşim düzeni, iç mimari ve dekorasyon, aydınlatma, müzik, aromalar ve temizlik gibi unsurları içermektedir. Fiziksel ortam aynı zamanda sıcaklık, aydınlatma, renk, müzik ve koku gibi atmosferik unsurları da

kapsar (John vd., 2013:739). Çevresel psikoloji araştırmaları, fiziksel ortamın özellikleri ile bireylerin duygu ve davranışları arasında güçlü bir ilişki olduğunu ortaya koymaktadır. Fiziksel çevre öncelikle ortamda bulunan bireylerde çeşitli duygusal durumların (hoşnutluk, memnuniyet, enerjik hissetme, üstünlük, kaygı, bıkınlık, soğukluk vb.) oluşmasına, sonrasında ise çeşitli davranışsal tepkilerin gelişmesine yol açmaktadır. Bireylerin fiziksel çevreye yönelik davranışsal tepkileri duygusal durumlarına bağlı olarak yaklaşma ve kaçınma şeklinde iki zıt tarzda gerçekleşmektedir. Yaklaşma tarzında, birey çevreye karşı olumlu duygular ve davranışlar sergilerken, kaçınma tarzında olumsuz duygu ve davranışlar içerisindedir. Örgütler, üyelerinin yaklaşma eğilimlerini geliştirmek ve kaçınma eğilimlerini azaltmak amacındadırlar (Donovan ve Rossiter, 1982:41-42; Ünal vd., 2014:26). Çünkü iş yerindeki fiziksel çevrenin verimlilik üzerinde etkisi vardır (Garnevale, 1992:423).

Wasserman ve diğerleri (2000), fiziksel ortamın estetik özelliklerinin çalışanların ruh hallerini etkilediğini tespit etmişlerdir. İlgili araştırmada, eklektik ve görsel olarak uyarıcı iç tasarım fotoğraflarına tepki gösteren katılımcıların olumlu duygusal durumlar bildirdikleri, buna karşın katılımcıların monomorfik (tek düze) iç tasarımlara tepkilerinin olumsuz olduğu görülmüştür. Oldham ve arkadaşları (1995), müziğin çalışanların ruh hallerinde, duygu durumlarında, performanslarında, işten ayrılma niyetlerinde, tatminlerinde ve diğer tepkilerde önemli değişimlere yol açtığını tespit etmişlerdir. Kniffin ve diğerleri (2017), olumlu müziğin çalışanların ruh hali ve işbirlikçi davranışlarını pozitif şekilde etkilediği bulgusuna ulaşmışlardır.

Lider-Üye Etkileşimi

Literatürde yer alan lider kavramına yönelik tanımlar incelendiği zaman öncü olmak, rol model olmak ve etkilemek gibi unsurların ön plana çıktığı görülmektedir. Sahip olduğu konum ve özellikler itibarıyla liderler, bireyler arası duyguları yönetme konusunda önemli bir güce sahiptirler (Thiel vd., 2015:5). Bu anlamda Ashkanasy ve Ashton-James (2005:228), liderlerin duygu gösterilerinin, çalışanların duygusal durumları ve örgütün duygusal iklimi üzerinde güçlü bir etkiye sahip olduğunu belirtmişlerdir. Bu etkinin ortaya çıkmasındaki kritik faktör, liderin duygularını beden diline aktarabilme yeteneğidir (Robbins ve Judge, 2019:117). Alan yazında; kendilerini heyecanlı, hevesli ve enerjik hisseden liderlerin takipçilerini olumlu yönde, buna karşın kendilerini tükenmiş ve negatif hisseden liderlerin ise takipçilerini olumsuz yönde etkilemelerinin muhtemel olduğu belirtilmektedir (Brief ve Weiss, 2002:289). Dolayısıyla duygu yönetiminin liderliğin beklenen bir bileşeni olduğunu söylenebilir (Thiel vd., 2015:5).

Liderlerin kendilerinin ve takipçilerinin duygularını anlama ve yönetme yeteneğine sahip olmaları, bu yeteneği bireysel ve örgütsel amaçların uyumu için kullanmaları, sağlıklı işleyen lider-takipçi ilişkilerinde duyguların rolünü gözler önüne sermektedir. Tüm örgütü yukarıdan aşağıya etkileyen duygular, etkili liderlik ve örgütsel işleyiş için hayati öneme sahiptir (Sund ve Lines, 2017). Liderler heyecanlı, coşkulu ve enerjik olduklarında, takipçilerini etkilemeye ve bu sayede onlara etkinlik, yetkinlik, umut ve keyif hissi aşılama daha yatkındırlar (Robbins ve Judge, 2019:117; Biçkes ve Yılmaz, 2020:5).

Son zamanlardaki bazı kanıtlar, ruh hallerinin ve duyguların oluşumunda liderlerin rolünü ortaya koymaktadır. Örneğin Fitness (2000) gerçekleştirdiği çalışmada, liderlerin adaletsiz karar ve davranışlarının takipçiler üzerinde öfke duygusuna neden olduğu bulgusuna ulaşmıştır. Pirola-Merlo ve diğerleri (2002), takipçilerinde benzer duyguları uyandırmak için güçlü duyguların kullanılmasıyla karakterize edilen dönüşümcü liderlik tarzının, iş yeri hedeflerine ulaşılmasının önündeki engellerden biri olan olumsuz ruh halinin etkilerini bastırdığını tespit etmişlerdir.

Çalışma Grubunun Özellikleri

Bireylerin çevrelerindeki bireylerin yüz ifadelerini, sesli söylemlerini, duruşlarını ve enstrümantal davranışlarını taklit etme ve böylece bu tür yüz, ses ve duruş geri bildirimlerinin bir sonucu olarak diğerlerinin duygularını "yakalama" eğiliminde oldukları bilinen bir gerçektir (Hatfield vd., 1993:96). Diğerlerinin duygularının yakalanabilmesi sosyal etkileşimi gerekli kılar. Sosyal etkileşimin en güçlü olduğu yapılardan biri hiç kuşkusuz çalışma gruplarıdır.

Üyeler arasındaki etkileşim, bir grubun özünü oluşturur. Grup-üye etkileşimi ile kastedilmek istenen, bir grubun tüm üyelerinin birbirleriyle olan ilişkileridir (Rhee, 2007:66). Bir grubun üyelerinin birbirlerinin ruh hallerini ve duygularını etkilemesi için, bireylerin diğerlerinde duygu uyandırabilecekleri bir sürecin var olması gerekir (Totterdell vd., 1998:1504). Grup üyelerinin birbirlerinin ruh hallerini ve duygularını paylaşma eğiliminde olmaları literatürde çoğunlukla duygusal bulaşmaya dayandırılmaktadır (Grandey, 2008:248). Bir tür sosyal etki olan duygusal bulaşma, hem bilinçaltı hem de bilinç düzeyinde gerçekleşebilen bir süreçtir (Barsade, 2002:646). Duygusal bulaşma; bireyler arasında duyguların, seslendirmelerin, hal ve hareketlerin otomatik olarak taklit ve senkronize edilmesi ve sonuç olarak duygusal olarak yakınsama eğiliminin ortaya çıkmasıdır (Hatfield vd., 1993:96). Başka bir kaynakta ise kavram; bir kişi veya grubun, duygu durumlarının ve davranışsal

tutumlarının, bilinçli veya bilinçsiz olarak uyarılması yoluyla başka bir kişi veya grubun duygularını veya davranışlarını etkilediği bir süreç olarak tanımlanmaktadır (Barsade, 2002:646; Barsade vd., 2018:138). Bilişsel bulaşma ile kıyaslandığında duygusal bulaşma çoğunlukla, otomatik süreçlere ve fizyolojik tepkilere bağlı olarak önemli ölçüde daha düşük bir bilinç seviyesinde meydana gelir (Barsade, 2002:645).

Brief ve Weiss (2002:289), duygusal bulaşmaya ek olarak, çalışma grubu üyelerinin ruh hallerini ve duygularını paylaşma eğiliminde olmalarının diğer nedenleri şu şekilde sıralamaktadır:

- Ortak sosyalleşme deneyimleri ve ortak sosyal etkiler,
- Görevlerin benzerliği ve yüksek görev bağımlılığı,
- Üyelik kararlılığı,
- Ruh hali düzenleme normları ve kuralları (duygu gösterim kuralları gibi).

Totterdell vd., (1998), toplum hemşireleri ve muhasebeciler üzerinde gerçekleştirdikleri araştırmada, çalışanın ruh halinin zaman içerisinde çalışma ekiplerindeki diğer üyelerin kolektif ruh halinden etkilendiğini ortaya koymuşlardır. Bartel ve Saavedra (2000), farklı görevleri yerine getiren 70 çalışma ekibiyle gerçekleştirdikleri bir çalışmada, ekiplerin üyeleri arasında ruh hali yakınsaması olduğunu ve bu durumun dış gözlemciler tarafında etkili bir şekilde gözlemlenebildiğini tespit etmişlerdir.

Ödül ve Ceza Sistemi

Ödül, profesyonel işgücünün çabalarının takdir edilme şekillerinden biridir. Ceza ise yürürlükteki düzenlemeleri ihlal etmenin ya da hoş olmayan ve istenmeyen sonuçlar doğuracak davranışların karşılığı olarak öngörülen zorlama aracıdır (De Tasya vd., 2022:38). Brief ve Weiss (2002:291), ödül ve ceza sisteminin ve uygulamasının çalışanların adalet algıları üzerinde etkili olduğunu ve bu nedenle duyguların oluşumuna katkı sağladığını belirtmektedirler. Bu anlamda duygu kavramı; ödüllerin, cezaların ve beklenti etkilerinin bir araya gelmesiyle oluşan tepkisel bir durum olarak tanımlamıştır (Ressler, 2004:28). Bu anlamda Rolls (2000), duyguların, davranışın ödüllendirici ve cezalandırıcı pekiştiricileriyle ortaya çıkan durumlar olduğunu öne sürer. Ödüllerin işlevi olumlu duygu ve davranışları geliştirmek ve sürdürmek, cezaların işlevi ise kötü davranış ve tepkileri ortadan kaldırmaktır.

Ödüller ve cezalar, motivasyon yaratmakta ve amaca yönelik davranışları tetikleyen duyguları ortaya çıkarmaktadır (Ressler, 2004:28). Genel olarak ödüller olumlu duygularla, cezalar ise olumsuz duygularla ilişkili olarak düşünülür. Koşullu olmayan ceza, koşullu cezadan daha çok öfke ve zulme

maruz kalma gibi olumsuz duygularla ilişkilendirilmiştir (Atwater vd., 1997:135). Cezalar farklı taraflar üzerinde farklı duygusal durumlar yaratabilir. Örneğin, üçüncü şahısların cezalandırılması, çalışanlar arasında kurbanlara yönelik merhamet ve ceza verenlerin kurbanla ilgili geçmiş olayları hatırlamalarının neden olduğu vefa duygularını da tetikleyebilir (Wu vd., 2022:119).

Konu özelinde yapılan araştırmalar, cezanın istenmeyen davranış ortaya çıktığında ve yeterli ve samimi açıklamalar eşliğinde uygulanması durumunda astların performansını veya memnuniyetini olumsuz etkilemediğini ortaya koymuştur (Ball vd., 1993). Benzer şekilde Arvey ve Ivancevich (1980) ve Arvey ve Jones (1985), cezanın etkilerinin cezanın adilliğine bağlı olarak değişeceğini öne sürmüşlerdir. Bu anlamda zamanlama, tutarlılık, şiddet ve bir gerekçenin sağlanması gibi değişkenlerin önemli olabileceğini belirtmişlerdir. Uygulanan cezaların suçla orantılı olması, cezaların çalışanlar arasında tutarlı bir şekilde uygulanması, verilen cezalara hakkaniyetli açıklamaların eşlik etmesi ve cezaların zamanında verilmesi ceza mekanizmasından beklenen faydaların elde edilmesinde ve cezaların çalışanlarda doğuracağı duygusal değişimler üzerinde etkili olacaktır.

Cezaya verilen duygusal tepkilerin genellikle olumsuz olduğu tespit edilmiş olsa da, Makyavelci liderler ve karizmatik liderler üzerine yapılan araştırmalar, ceza kullanımının karizma atıfları ile olumlu bir şekilde ilişkili olabileceğini düşündürmektedir. David Koresh, General Patton ve Adolph Hitler, liderlik tarzları içerisinde ceza ve korku uyandırma kullanan karizmatik liderlerin özel örnekleridir. Bu liderlerin her biri cezalandırmaları ve korku uyandırmalarına rağmen takipçileri tarafından oldukça karizmatik olarak algılanmaya devam etmiştir (Atwater vd., 1997:135).

İŞ YERİNDE DUYGULARIN ETKİLERİ

Brief ve Weiss (2002:292), iş yerinde duyguların etkilerini; yargılar, yaratıcı problem çözme, yardım etme davranışları, performans, müzakereler ve geri çekilme davranışları olmak üzere altı başlık altında ele almaktadırlar.

Yargılar

Duygusal durumlar, insanların birbirleri hakkındaki yargılarını ve izlenimlerini etkileyen faktörlerdendir (Sauer, 2023:5). Yargı oluşturma, büyük ölçüde ruh halinden kaynaklanan önyargılara karşı özellikle hassas olabilecek çıkarımlara dayalı karmaşık bir süreçtir (Forgas ve Moylan, 1987:467). Duygu örtüşme teorisi (Emotion congruence theory) (Bower, 1981) orijinal olarak hafızadaki uyuşmanın etkileriyle ilgilidir. Bower'ın çalışması, katılımcıların

mevcut duygusal durumlarıyla ortak paydaya sahip olan olayları daha kolay ezberlediğini ve/veya hatırladığını ortaya koymuştur. Kişinin kendi duygusal durumlarına göre uyarınları algılamasına ve yargılamasına duygu örtüşme etkisi denir (Suchkova ve Lyusin, 2020). Bu teori çeşitli araştırma bulgularıyla desteklenmiştir.

Brief ve diğerleri (1995), sağlık sektörü çalışanlarından oluşan iki grup üzerinde (deney grubu ve kontrol grubu) grup üyelerinin gruba özgü iş tatmin düzeylerini ölçmeyi amaçlamışlardır. Deney grubundaki katılımcılara küçük hediyeler (örneğin, kurabiye gibi) takdim edilmiş ve olumlu ruh haline kavuşmaları amaçlanmıştır. Diğer grup, kontrol grubu olduğu için üzerinde herhangi bir işlem yapılmamıştır. Araştırma sonucunda, olumlu ruh halinin hâkim olduğu deney grubundaki çalışanların, kontrol grubundaki çalışanlara nazaran daha yüksek düzeyde iş tatmini bildirdikleri tespit edilmiştir. Bu bulgu, küçük bir hediye ile oluşturulmuş ruh hali değişiminin yargılar üzerindeki yanlı etkisinin bir göstergesi olarak değerlendirilmiştir.

Niedenthal ve arkadaşları (2000), videoya kaydedilen bir bireyin mutlu veya üzgün yüzünün yavaş yavaş nötr bir yüz ifadesine dönüştüğü bir çalışma yürütmüşlerdir. Katılımcılardan bir kısmının ruh hali olumlu (mutlu) diğer kısmının ruh hali olumsuz (üzgün) olacak şekilde manipüle edilmiş ve videoya kaydedilen bireyin yüzündeki ilk duyguyu artık görmediklerinde bunu belirtmeleri istenmiştir. Araştırma sonucunda, mutlu katılımcıların mutlu bir yüz ifadesini üzgün katılımcılara göre daha uzun süre algıladıklarını ve bunun tersinin de geçerli olduğunu görülmüştür. Judge ve Ferris (1993) ise, süpervizörün bir asttan hoşlanmasını ve astın performansına ilişkin süpervizör derecelendirmelerini araştırma konusu yapmışlardır. Araştırma sonucunda, kişilerarası etkileşim ve hoşlanmanın hem performans derecelendirme hem de bazı bilişsel süreçler üzerinde etkili olduğu ortaya konulmuştur.

Yaratıcı Problem Çözme

Kaufmann (2003), duygunun yaratıcı problem çözme üzerindeki etkisini gösteren bir model önermiştir. Bu model, duygunun, bireysel bilişsel süreç düzeyinde yaratıcılığı etkileyebileceğini savunmaktadır. Model yaratıcı problem çözme; problemi algılama, çözüm gereksinimleri, süreç ve strateji olmak üzere dört boyutlu bir yapı olarak ele alır. Ruh hali ve duygu, bu dört boyut üzerinde de etkilidir. Problemi algılama boyutunda; içinde bulunulan ruh hali nedeniyle, bireye başarı fırsatı sunduğu şeklinde algılanan problemler bireyin problemi çözmek için daha açık bir yaklaşım sergilemesini sağlayacaktır. Ruh hallerine bağlı olarak problemi potansiyel bir tehdit olarak gören bireyler ise problemi olumsuz olarak değerlendirecek ve bu da bireyin problemi çözme

becerisini düşünürken daha kısıtlayıcı, daha karamsar bir yaklaşım benimsemesine neden olacaktır. Çözüm gereksinimleri boyutunda; pozitif ruh halindeki çalışanların, başarıları ve başarısızlıkları hakkında sürekli olarak bilgilendirildiklerinde görevleri yerine getirmede daha ısrarcı olmaları ve gerektiğinde strateji değiştirmede daha esnek olmaları söz konusudur. Olumsuz ruh halindeki insanların ise sorunu çözme konusunda daha az öz güven duymaları ve performanslarının daha hızlı ve kolay bir şekilde kötüleşmesi muhtemeldir. Süreç boyutunda; olumlu ruh hali, olumsuz ruh haline göre hem daha yüksek bir seviyeyi hem de daha geniş bir bilgi işlemeyi teşvik edecektir. Strateji boyutunda ise olumlu ruh hali buluşsal-sezgisel stratejiler kullanma olasılığını artırırken, olumsuz ruh hali kontrollü, sistematik ve analitik bilgi işleme yöntemlerinin kullanımını teşvik edecektir (s. 197-199).

Olumlu ruh hali ve duygu içerisinde bulunmanın yaratıcı problem çözme yeteneğini geliştireceğine dair bulgular içeren bazı çalışmalar bulunmaktadır. Estrada ve diğerleri (1997), olumlu bir ruh haline sahip doktorların yaratıcılık testinde daha iyi puanlar aldıklarını tespit etmişlerdir. Madjar ve arkadaşları (2002) ise, olumlu ruh halinin, yaratıcılığın iş derecelendirmelerini öngördüğünü ve sosyal desteğin yaratıcılık dereceleri üzerindeki etkilerine aracılık ettiğini ortaya koymuşlardır.

Yardım Etme Davranışları

Yardım etme davranışlarını teşvik etmede duygular önemlidir. Bireyin içinde bulunduğu içsel ve dışsal koşulları değerlendirmesi çeşitli duygusal tepkilere yol açar. Bu da ya bir sorunu çözmek ya da olumsuz duyguları hafifletmek için uyumlu davranışı öngörür. Daha da önemlisi duygular, bireylerin benlik kurgularına dayalı olarak sistematik olarak farklılık gösterir. Öfke, hayal kırıklığı ve gurur gibi ego odaklı duygular, birincil referans noktası olarak insanların içsel niteliklerine (yani kendi ihtiyaçlarına, hedeflerine, arzularına veya yeteneklerine) dayanır. Sempatî, ilgi ve dayanışma gibi diğerleri odaklı duygular ise aksine, başkaları için bir endişeyi yansıtır ve toplum yanlısı (yardım) davranışlara rehberlik etme olasılığı çok daha yüksektir (Yue ve Yang, 2022:478).

Literatürde, olumlu duyguların bireyleri çevrelerine bağladığını, olumsuz duyguların ise öncelikle geri çekilme veya kaçınma eğilimleriyle ilişkili olduğunu savunulmaktadır. Barclay ve Kiefer (2014:1868), olumlu duyguların, olumsuz duygulara göre yardım etme davranışlarıyla daha güçlü bir ilişki içerisinde olmasının nedenlerini şu şekilde sıralamaktadır:

- Yardım etme davranışı özü itibarıyla bir çeşit çözüm arama girişimidir. Olumlu duyguların yaratıcı problem çözme yeteneğini geliştirdiği

bilinmektedir. Bu da olumlu duyguların bu davranışlar üzerinde güçlü bir etkiye sahip olması gerektiğini ortaya koymaktadır.

- Olumsuz duygular, bireyi yakın çevreyi yönetmeye odaklar. Bu bireyler enerjilerini diğer hedeflerden (örneğin, iş arkadaşlarına yardım etmek gibi) ziyade, olumsuz duygularının sebebi olan hedefe (örneğin, adaletsiz yöneticiye) yönelteceklerdir.
- Olumsuz duygular anlık duruma odaklanır ve etkileri daha uzun süreli olan olumlu duygularla karşılaştırıldığında nispeten kısa süreli etkilere sahiptir.

Önemli sayıda sosyal psikolojik araştırma, olumlu bir ruh hali içinde olmanın genellikle yardım etme davranışını ve işbirliğini teşvik ettiğini ve saldırganlığı azalttığını göstermiştir. George (1991), iş yerindeki olumlu ruh halinin, hem ekstra rol davranışları hem de rol tanımlı örgütsel davranışları anlamlı ve pozitif bir şekilde etkilediğini tespit etmiştir. George ve Bettenhausen (1990), grup bağlılığının ve liderlerin olumlu ruh halinin çalışma gruplarında olumlu sosyal davranış görülme sıklığı ile pozitif, gruptaki iş gören devir hızı ile negatif olarak ilişkili olduğu bulgusuna ulaşmışlardır. Ek olarak, gruplarda ilk sosyalleşme sırasında prososyal davranışa yapılan vurgunun, gruplarda prososyal davranışın ortaya çıkmasıyla pozitif olarak ilişkili olduğunu belirlemişlerdir.

Her ne kadar literatürde olumsuz duyguların geri çekilme veya kaçınma eğilimleriyle ilişkili olduğu varsayılmış olsa da, nötr ruh haline nazaran olumsuz ruh hallerinin yardım etme davranışlarını artırdığı çeşitli araştırma bulgularıyla ortaya konulmuştur (Cialdini vd., 1981; Manucia vd., 1984). Bu durum literatürde, negatif durumdan çıkma modeli (negative state relief model) ile açıklanmaktadır (Cialdini ve Kenrick, 1976). Bu etkinin baskın açıklaması, genellikle bireylerin iyi eylemlerin olumsuz ruh hallerini ve duyguları ortadan kaldırdığı fikrine göre hareket etmeleridir. Bu yüzden bireyler üzgün olduklarında kendilerini daha iyi hissettiren faaliyetlerde bulunmaya motive olabilirler. Benzer şekilde kendilerini suçlu hissettiklerinde, başka birine yardım ederek suçluluk duygularını azaltmaya yönelebilirler (Niesta Kayser vd., 2010:1138).

Duygu-davranış ilişkisinde, davranışın duyguyu ortaya çıkaran hedefe yönelik olduğu unutulmamalıdır. Örneğin; yöneticilerin adaletten uzak uygulamaları olumsuz duygulara yol açtığında, bireyler tepkilerini büyük olasılıkla adaletsizliğin kaynağına (örgüte ve yöneticilere) yönlendirecekler, bu duygusal değişimin çalışma arkadaşlarına yönelik davranışlar üzerinde bir etkisi olmayacaktır (Barclay ve Kiefer, 2014:1868).

Performans

Yıllardır dillendirilen “mutlu çalışan, üretken çalışandır” (Rodrigo vd., 2022:2) varsayımı, olumlu duygular içerisinde bulunan çalışanların daha enerjik olacaklarından ve sorumluluk bilinci ile hareket edeceklerinden dolayı, duygular ve performans arasında ilişkiyi ortaya koymaktadır (Grandey, 2008:242). Pozitif duygular teorisi (Fredrickson, 1998), bu varsayımı doğrulamaktadır. Bu teori, olumlu duyguların bireysel kaynakları (entelektüel, fiziksel, sosyal, psikolojik) geliştirdiğini savunur. Bu sayede bireyler, değişime ve gelişime açık, öğrenme odaklı ve yaratıcı olacaktırlar. Dolayısıyla performansları yükselecektir. Teoriye göre olumsuz duygular ise bireysel kaynakları kısıtlayarak, performans düzeyinin düşmesine neden olacaktır (Reizer vd., 2019:417).

Ashby ve diğerleri (1999), olumlu ruh haline sahip bireylerin, yaratıcı ve kişilerarası görevlerde, müzakerelerde ve problem çözme görevlerinde daha iyi performans gösterdikleri bulgusuna ulaşmışlardır. Erez ve Isen (2002), olumsuz duygusal durumların ödüller için daha düşük beklenti ve değere yol açarak performansın düşmesine neden olduğunu tespit etmişlerdir. Thoresen ve arkadaşları (2003), olumlu duygunun bireysel başarı değerlendirmeleriyle pozitif, olumsuz duygunun ise negatif ilişkili olduğunu bulmuşlardır.

Müzakereler

Müzakere bağlamı, kişilerarası çatışmaların doğmasına ve/veya şiddetlenmesine uygun zemin taşıdığı ve lehte ya da aleyhte sonuçların alınmasına yol açtığı için duygulanım çalışmaları açısından doğal bir ortamdır (Brief ve Weiss, 2002:295). Bu anlamda Shapiro (2002:68), müzakereleri duyguların kaçınılmaz olarak ortaya çıktığı bir bağlam olarak değerlendirmiştir. Müzakere süreci, duygusal bir süreç olmasına karşın, yetkin bir müzakerecinin ifadesiz yüze (poker face) sahip olması gerekir. Bu anlamda müzakere, poker oyununa benzetilebilir. İngiliz Poker Kanalı’nın kurucusu Crispin Nieboer, “Poker, inanılmaz bir insani duygunun ve gerilimin mevcut olduğu bir blöf oyunudur. Oturur ve kimin daha uzun süre blöf yapabileceğini seyredersiniz” demiştir. Çok sayıda çalışma, öfkesini gizleyebilen bir müzakerecinin süreçte avantajlı pozisyona geçtiğini ortaya koymuştur. Çünkü kontrol edilemeyen öfke, kullanılacak koz ve söylenecek söz kalmadığına ve köşeye sıkışıldığına işaret eder. Müzakere sürecinde öfke ve benzeri olumsuz duyguların gösterimi nadiren yararlı olabilir (Robbins ve Judge, 2019:118).

Duyguların müzakere hedeflerine ulaşma becerisi üzerinde etkisi vardır. Farkında olsun ya da olmasın, müzakereciler etkileşimlerinde tipik olarak duygusal tatmin ve araçsal tatmin hedeflerine ulaşmak isterler. Duygularla başa

çıkma yeteneği, bu hedeflere ulaşma olasılığını artırır. Duygusal tatmin, müzakere sürecinde yaşanan duygusal durumlardan kişinin genel tatmin düzeyidir. Duygusal tatmin kavramı şu şekilde açıklanabilir: Taraflar, karşı tarafın yeterince saygılı davranıp davranacağından şüphe duyarak müzakere sürecine başlamış olsun. Müzakere sürecinde taraflar birbirine iyi davranır, birbirlerini takdir eder ve saygı duyarlarsa, tarafların konuya bakışları daha sağlıklı bir zemine taşınabilir. Bu da duygusal tatmin anlamına gelir. Aksine taraflar birbirlerine yönelik kızgınlık, kırgınlık ve değersizlik gibi olumsuz duygular hissedерlerse, yaşanan duygusal doyum asgari düzeye geriler. İkinci hedef, maddi iş gereksinimlerinin ne ölçüde karşılandığı araçsal tatmin ile ilgilidir. Araçsal tatmin, tarafların ulaşmak istedikleri somut taahhütler üzerinde anlaşmaya varmak için ne ölçüde verimli ve etkili bir şekilde çalışabildikleri ile ilgilidir (Shapiro, 2002:699). Bu açıklamalardan müzakerecilerin, ilişkileri başlatmak, taleplerde bulunmak, işbirliği aramak, taahhütlerini gerçekleştirmek ve tavizler koparmak gibi müzakere sürecinin her aşamasında duyguları etkin şekilde kullanmalarının gereği anlaşılmaktadır.

Geri Çekilme Davranışları

Geri çekilme davranışları genel olarak, çalışanın iş yerinde bulunmaktan ve işe katkı sunmaktan kaçınmak amacıyla günün bir kısmında, tamamında veya kalıcı olarak örgütünden uzaklaşması şeklinde tanımlanabilir (Zimmerman vd., 2016:498). Geri çekilme davranışları; sinizm, duyarsızlaşma, işe geç kalma, devamsızlık, işte var olamama, işten ayrılma niyeti ve işten ayrılma gibi çeşitli unsurları kapsar (Grunberg vd., 2006; Gillet vd., 2022). Zimmerman ve arkadaşları (2016:502), geri çekilme davranışlarını etkileyen psikolojik bireysel farklılıkları beş büyük kişilik özellikleri, duygulanım, genel zihinsel yetenek ve ilgili özellikler (öz değerlendirme, proaktiflik gibi) şeklinde sıralamışlardır.

Ruh hali ve duygular üzerine yapılan araştırmalar, bireylerin olumsuz ruh hallerini ve duygularını kontrol etmek veya onarmak için belirli davranışlarda bulunma eğiliminde olduklarını ortaya koymuştur. Bu eğilim, geri çekilme davranışlarının altında yatan öncüllerle tutarlıdır. Bu anlamda geri çekilme davranışları, çalışanların olumsuz ruh hallerinin ve duygularının kaynağı olarak gördükleri gündelik iş görevlerinden kendilerini geçici olarak uzaklaştırma girişimleri olarak tanımlanabilir (Miner ve Glomb, 2010:46).

Yapılan çalışmalar, iş stres yapıcıların yalnızca bitkinlik ve sağlık sorunları gibi çeşitli gerilimlere değil, aynı zamanda sinizm, duyarsızlaşma, işe geç kalma, devamsızlık, işte var olamama, işten ayrılma niyeti ve işten ayrılma gibi çeşitli geri çekilme davranışlarına da yol açabileceğini dile getirmektedir (Taris vd., 2001). Kaplan ve diğerleri, (2009), olumsuz duyguların geri çekilme

davranışlarını artırıcı yönde etkilediğini bulgusunu ortaya koymuşlardır. Pelled ve Xin (1999), olumsuz duygusallığın devamsızlık ve işten ayrılma niyeti üzerinde pozitif, olumlu duygusallığın ise devamsızlık üzerinde negatif etkiye sahip olduğu bulgusuna ulaşmışlardır. Hanisch ve Hulin (1990), geri çekilme davranışlarının yapısını incelerken, çalışanların işten ayrılma gibi aşırı davranışlarda bulunmadan önce iş görevlerinden kurtulmaya yönelik girişimler sergilediklerini tespit etmişlerdir.

İŞ YERİNDE DUYGULARIN YÖNETİMİ

Literatürde, iş deneyimlerinin duygularla yoğurulmuş olduğu (Ashforth ve Humphrey, 1995), duygusal emeğin çalışanların günlük çalışma yaşamlarının önemli bir bileşeni haline geldiği (Ashkanasy ve Daus, 2002) ve iş yerlerinin duygusal arenalar olarak adlandırılabilceği (Fineman, 2000) belirtilmektedir. Bu söylemler, iş yaşamında duyguların sahip olduğu önemi ve potansiyeli ortaya koymakta ve duyguları dikkate almayan bir yönetim anlayışının başarı şansının bulunmadığına işaret etmektedir.

Akçay ve Çoruk (2012:13), duygu yönetimi kavramının bireysel duygu yönetimi ve duygusal iklim yönetimi olmak üzere iki farklı olguyu işaret ettiğini belirtmektedirler. Benzer şekilde Andrieş (2009:30), duygu yönetiminin bireysel düzey ve sosyal düzey olmak üzere iki düzeyde incelenmesi gerektiğini dile getirmiştir. Bu çalışmada, iş yerinde duygu yönetimi bireysel ve yönetsel düzeyde ele alınmıştır.

İş Yerinde Bireysel Düzeyde Duygu Yönetimi

Bireysel düzeyde duygu yönetimi, kişinin örgütsel çevreye ve mesleki faaliyetin taleplerine daha iyi uyum sağlamak için duygusal kaynakları yönetme yeteneğini ele alır. Bireysel anlamda duygu yönetimi, bireyin içsel durumunu kontrol edebilmesi ve uygun bir düşünce üretebilmek için kendisinden beklenen ya da arzu edileni dışa yansıtabilmesidir. Bireysel düzey, kişinin öz kontrol kapasitesi, duygusal zekâsı ve olumlu ve olumsuz duyguları yönetme yeteneği ile temsil edilir (Andrieş, 2009:30). Bireysel düzeyde duygu yönetimi, bireylerin düşünce, fikir ve karar alma süreçlerinde hislerini ve duygularını bastırmaları ya da bunların esiri olmaları değil, duygularıyla yüzleşerek etkili sonuçlar elde etmeleridir (Ercengiz, 2019:120).

Duygular her gün insanlara eşlik etse de, bireyler duyguları farklı algılar, yaşar ve farklı tepkiler verir. Duygusal yeterlilik kavramı, sosyal durumlarda duygularla başa çıkmadaki bireysel farklılıkları anlamaya katkıda bulunur (Doerwald vd., 2016:160). Duygusal yeterlilik, ilk olarak Salovey ve Mayer (1990) tarafından ortaya atılan ve duyguları tanımlama, ifade etme, anlama,

yönetme ve kullanma becerisini tanımlayan duygusal zeka ile yakından ilgilidir (de Terte vd., 2009:22). Araştırmalar, duyguların algılanması, empati, bakış açısı oluşturma, duygusal ifade ve duygu düzenleme gibi duyguları yönetmede kullanılan dizi unsurdan bahsederek duygusal yeterliğin çok boyutluluğuna işaret etmektedir (Gerbeth vd., 2022; Gerbeth ve Stamouli, 2023). En yaygın olarak çalışılan duygusal yeterlilikler duygu algılama, duygu anlama ve duygu düzenlemedir. Duygu algılama, bireyin kendi duygularını içsel durumundan, başkalarının duygularını ise ses tonundan, jest ve mimiklerinden ve diğer uyaranlardan doğru bir şekilde algılama yeteneğini ifade eder. Örneğin, bir çağrı merkezi çalışanının bir müşterinin sesindeki öfkeyi doğru bir şekilde algılama yeteneğine sahip olması gibi. Duygu anlama, duygular arasındaki farkları, bunların nedenlerini ve kendisi ve başkaları için sonuçlarını ve bağlam içindeki duygu-sonuç bağlantılarını anlamayı içerir. Örneğin, çalışanların iyi bir ruh halindeyken daha yaratıcı olabileceklerini bilmeleri ya da yöneticilerin, çalışanların çalışma koşullarıyla ilgili hayal kırıklıklarının, zamanla üretkenlik karşıtı iş davranışlarına dönüşebilecek olumsuz duygusal tepkilere yol açabileceğini bilmeleri gibi. Duygu düzenleme, bireyin kendisinin ve başkalarının duygularının deneyim ve ifadesini etkileme konusundaki bilgisi ve etkinliğidir. Duygu düzenleme, duygu yönetimi olarak da adlandırılır. Örneğin, çalışanların yöneticilerine karşı olumsuz duygularını etkili bir şekilde bastırabilmeleri veya bir yöneticinin durumu yeniden değerlendirerek (olumlu yönleri vurgulayarak, saklı olan fırsatları dillendirerek) çalışanlarının örgütsel değişime yönelik olumsuz duygularını azaltabilmesi gibi (Doerwald vd., 2016:159-161).

Bu açıklamalar ışığında bireysel düzeyde duygu yönetiminin amacını, bireyin kendi duygularının sorumluluğunu alabilmesi, diğerlerinin duygularına rehberlik edebilmesi ve olumlu ve olumsuz duygularını örgütsel etkinliğine katkı sağlayacak tarzda dönüştürebilme yeteneğine sahip olması şeklinde özetlenebilir (Hafsi vd., 2010).

İş Yerinde Yönetmel Düzeyde Duygu Yönetimi

Yönetmel düzeyde duygu yönetimi, çalışanlar, liderler ve çalışanlar, çalışanlar ve müşteriler arasındaki duygusal etkileşimleri konu edinir. Yönetmel düzeyde duygu yönetimi, iş yerine ve görev gerekliliklere sağlıklı bir biçimde adapte olmak amacıyla duygusal kaynakları yönetme konusunda çalışanların eğitilmesi ve geliştirilmesi sürecidir. İş yerinde yönetmel düzeyde duygu yönetimi, çalışanların duygusal durumlarını bilme ve örgütsel hedefler çerçevesinde optimize etme amacını taşır (Andrieş, 2009:17). Bu süreçte en büyük rol yöneticilere düşmektedir. Bu anlamda Andrieş (2009:17) etkin

yöneticilerin, çalışanların duygusal dünyalarını olumlu yönde harekete geçiren faktörlerin farkında olmak ve çalışan duygularını örgütsel amaçlar çerçevesinde yeniden şekillendirmek gibi görevlerinin olduğunu dile getirmiştir.

Literatürdeki yaygın eğilim, yöneticilerin duygu yönetimini duygusal zekâyla iç içe geçmiş bir kavram olarak ele almaktadır (Kaplan vd., 2014:564). Salovey ve Mayer (1990:190) duygusal zekâyı, bireyin kendisinin ve diğerlerinin hislerini ve duygularını izleme, bunlar arasında ayırım yapma ve bu bilgiyi bireyin düşünce ve eylemlerini yönlendirmek için kullanma becerisini içeren sosyal zekânın bir alt kümesi olarak tanımlamışlardır. Duygusal zekânın; duygusal algılama, duyguları düşünmeyi kolaylaştırmak için kullanma, duygusal anlayış ve muhakeme ve duyguları yönetme olmak üzere dört bileşeni bulunmaktadır (Mayer ve Salovey, 1997). Andrieş (2009:24-25), duygusal zekânın yöneticiye kazandıracığı beceri ve yetenekleri aşağıdaki gibi sıralamıştır:

- Duygusal durumları ortaya çıktığı an fark etmek,
- Olumlu ya da olumsuz duygusal durumları belirleyen faktörleri tespit etmek,
- Duygusal durumları sözlü ve/veya sözsüz yollarla ifade etmek,
- Koşullara bağlı olarak duygusal davranışı tahmin etmek ve davranış planında duyguların sonuçlarını bilmek,
- Duygusal özdenetim yeteneğine sahip olmak,
- Olağandışı, kritik ve stresli durumlarla başa çıkmak,
- Yeni durumlara hızla adapte olmak, kritik duygusal evreleri/durumları aşmak, kriz anlarından sonra yeniden organize olmak,
- Kişisel gelişimi teşvik eden olumlu deneyimlere açık olmak ve olaylara pozitif pencereden yaklaşmak.

Literatürde, duygu yönetiminin çerçevesini netleştirmek üzere çeşitli bilim insanları tarafından gerçekleştirilmiş çeşitli çalışmalar bulunmaktadır. Ashkanasy (2003), duygu yönetimini çeşitli analiz düzeylerinde tartışarak, yöneticilik ve duygulara ilişkin önemli bilgiler ortaya koymuştur. Williams (2007), yönetsel düzeyde duygu yönetimi üzerine kaleme aldığı makalesinde, güven gelişimine izin veren kişilerarası süreçleri ve davranışları açıklamak için çeşitli teorik modelleri bütünleştirmiştir. Van Knippenberg ve arkadaşları (2007), çeşitli alanlardan çalışmaları entegre ederek, çalışan duygularının kaynağının yöneticiler olduğunu belirtmişler ve bu süreçte yöneticinin

sorumluluklarının ve rollerinin neler olduğunu çalışmışlardır. Humphrey ve diğerleri (2008), yöneticilerin duygusal bir olayın orijinal kaynağı olabileceğini, çalışanların iş yerinde duygusal olaylarla başa çıkma becerilerine katkı sağlayabileceğini ve çalışanları duygusal olarak olumsuz etkileyebilecek olayları engelleyebileceğini öne süren bir model ileri sürmüşlerdir. Ayrıca adı geçen bilim insanları, duygu yönetiminde empati, duygu tanıma ve duygusal ifadenin anahtar rol oynadığını savunmuşlardır.

Bu konudaki kapsamlı çalışmalardan bir diğeri Kaplan ve arkadaşları, (2014) tarafından geliştirilen duygu yönetimi modelidir. Modelin özünde, doğru duygu yönetimi için yönetici davranışlarının sekiz özel kategorisi yer almaktadır. Bu davranışların yöneticilerin, çalışanların duygularının farkında olmalarına, bu duyguları doğru şekilde ele almalarına ve örgütsel amaçlar çerçevesinde yönlendirmelerine ciddi katkılar sağlayacağı belirtilmiştir. Ayrıca modelde, çeşitli bilgi ve becerilerin bu davranış setlerinin başarılı bir şekilde uygulanmasının öncülü olduğu ifade edilmiştir.

Doğru duygu yönetimi için gerekli olan lider davranışları şunlardır (Kaplan vd., 2014:565):

- Saygı temelli etkileşim ve iletişim,
- Çalışanlara yönelik ilgi ve destek,
- Çalışanların davranışlarını etkilemek için duygusal gösterimlerde bulunmak,
- İş görevlerini çalışanların duygularını dikkate alarak yapılandırmak,
- Sık sık duygusal destek ve motivasyon sağlamak,
- Adil ve etik davranmak,
- İş arkadaşları arasındaki etkileşimleri ve ilişkileri yönetmek,
- Açık ve sürekli iletişimi sürdürmek.

Yukarıda sıralanan davranış setinin başarılı bir şekilde uygulanabilmesi için yöneticilerin sahip olması gereken bilgi ve beceriler ise modelde şu şekilde sıralanmaktadır (Kaplan vd., 2014:565):

- İçgörü,
- Duygular ve sonuçları hakkında bilgi,
- Duygu uyandıran olaylar hakkında bilgi,
- Duyguların ve duygu yönetiminin önemi hakkında bilgi,
- Duyguları tanıma,
- Bakış açısı edinme,
- Duygu destek becerisi,
- Tanıtım yeteneği,

- İletişim becerisi.

Richard ve diğerleri (2023:49), yönetsel düzeyde duygu yönetiminin, çalışanların duygularını örgütsel amaçlar çerçevesinde etkilemeyi içeren yönetici davranışları olduğunu belirtmişlerdir. Thiel ve arkadaşları (2015:6) ise, bu süreçte yöneticilerin, çalışanların duygusal deneyimlerini aktif olarak izlemeye ve bireysel refahlarını olumsuz etkileyen duygusal durumları bertaraf etmeye odaklanmaları gerektiğini ifade etmişlerdir.

SONUÇ

İnsan, duygusal ve sosyal bir varlıktır. Bireyin duygularından sıyrılması ve onlardan bağımsız hareket etmesi mümkün değildir. Çalışma hayatı, duygusal etkileşimin en yoğun olduğu alanlardan biridir. Bu duygusal etkileşimler, çalışanların düşünsel ve bilişsel süreçleri, karar verme davranışları, iletişim ve ilişki becerileri, çalışma tarzları, performans ve verimlilikleri kısaca her şeyleri üzerinde etkilidir. Bu kapsamlı etki, geçmişte yaygın günümüzde ise kısmen var olan iş yerinde duyguların varlığını ve önemini göz ardı eden anlayıştan vazgeçilmesine (Mastenbroek, 2000) ve araştırmacıların, uygulayıcıların ve yöneticilerin iş yerindeki duygu dinamiklerini anlamaya yönelik merakının artmasına neden olmuştur. Örgütsel yaşamda duyguların önemi üzerine odaklanan modern araştırmaların başlangıç noktası, sosyolog Hochschild'in 1983 yılında kaleme aldığı "The Managed Heart: Commercialization of Human Feeling - Yönetilen Kalp: İnsan Duygularının Ticarileştirilmesi" isimli çalışmasına dayanır (Ashkanasy ve Dorris, 2017:84). Bu çalışma ile başlayan ilgi literatürde "*duygu devrimi*" olarak bilinen gelişmeye yol açmıştır (Barsade vd., 2018:138). O günden bu yana, duygu sosyolojisi ve psikolojisi alanındaki çalışmalar, yönetim ve örgüt çalışmalarını etkilemeye başlamıştır. Duyguların incelenmesi, insana, insanın doğasına ve çalışma hayatına yönelik araştırmaların tam merkezinde yer alır.

İş yerinde duygular, çalışma ortamını etkileyen karar, davranış ve sonuçlara tepki olarak ortaya çıkar. İş ortamında yaşanır, ifade edilir, paylaşılır ve çeşitli sonuçlara neden olurlar (Fischer ve Manstead, 2008:605). Çalışanlar arasında olumlu duyguların yaşanması ve paylaşılması pozitif örgütsel çıktılarla, olumsuz duyguların yaşanması ve paylaşılması ise negatif örgütsel çıktılarla ilişkilendirilmektedir (Fischer ve Manstead, 2008:608). Buradan hareketle, duygu yönetiminin temel bakış açısının olumlu duyguları artırmak ve olumsuz duyguları azaltmak olduğu söylenebilir. Bu kendiliğinden oluşacak bir durum değildir. Örgütsel uygulamaların, sosyal süreçlerin ve görev tanımlamalarının bu doğrultuda yapılandırılması önemlidir. Bu aynı zamanda, çalışan refahının

ve örgütsel performansın artmasına da neden olacaktır (Lord ve Kanfer, 2002:7).

Buraya kadar anlatılanlar, duygu yönetiminin günümüz çalışma yaşamı ve yönetim uygulamaları açısından ihmal edilemez bir noktaya eriştiğini ortaya koymaktadır. Çalışanların duygularını dikkate almayan ve arzu edilen duyguların oluşması için gereken girişimleri sergilemeyen bir yönetim anlayışının gerek bireysel gerekse örgütsel refahı sağlamada başarıyı yakalaması oldukça zor bir durumdur.

REFERANSLAR

1. Akçay, C., ve Çoruk, A. (2012). Çalışma yaşamında duygular ve yönetimi: Kavramsal bir inceleme. *Eğitimde Politika Analizi*, 1(1), 3-25.
2. Andrieş, A. M. (2009). Emotions management within organizations. *Economics and Applied Informatics*, 15(2), 17-34.
3. Arvey, R. D., ve Ivancevich, J. M. (1980). Punishment in organizations: A review, propositions, and research suggestions. *Academy of management review*, 5(1), 123-132.
4. Arvey, R. D., ve Jones, A. P. (1985). The use of discipline in organizational settings. Editör B. Staw, ve L. L. Cummings, *Research in Organizational Behavior*, Vol. 7, (pp. 367-408), New York: JAI Press.
5. Ashby, F. G., Isen, A. M., ve Turken, U. (1999). A neuropsychological theory of positive affect and its influence on cognition. *Psychological review*, 106(3), 529-550.
6. Ashforth, B. E., ve Humphrey, R. H. (1995). Emotion in the workplace: A reappraisal. *Human relations*, 48(2), 97-125.
7. Ashkanasy, N. M. (2003). Emotions in organizations: A multi-level perspective. *Multi-level issues in organizational behavior and strategy Research in Multi-Level Issues*, (2) 9-54.
8. Ashkanasy, N. M., ve Ashton-James, C. E. (2005). Emotion in organizations: A neglected topic in I/O psychology, but with a bright future. *International Review of Industrial and Organizational Psychology*, 20, 221-268.
9. Ashkanasy, N. M., ve Daus, C. S. (2002). Emotion in the workplace: The new challenge for managers. *Academy of Management Perspectives*, 16(1), 76-86.
10. Ashkanasy, N. M., ve Dorris, A. D. (2017). Emotions in the workplace. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 4, 67-90.
11. Atwater, L. E., Camobreco, J. F., Dionne, S. D., Avolio, B. J., ve Lau, A. N. (1997). Effects of rewards and punishments on leader charisma, leader effectiveness and follower reactions. *The Leadership Quarterly*, 8(2), 133-152.
12. Aziz, N., Ahmad, S. Z., Rahman, W. R. Z. W. A., & Binsaleh, S. (2021). Design and Development of Affective 4-Dimensional Mobile Mathematics for Low Vision Alpha Generation. *TEM Journal*, 10(4), 1828.

13. Ball, G. A., Trevino, L. K., ve Sims, H. P. (1993). Justice and organizational punishment: Attitudinal outcomes of disciplinary events. *Social Justice Research*, 6, 39-67.
14. Barclay, L. J., ve Kiefer, T. (2014). Approach or avoid? Exploring overall justice and the differential effects of positive and negative emotions. *Journal of management*, 40(7), 1857-1898.
15. Barsade, S. G. (2002). The ripple effect: Emotional contagion and its influence on group behavior. *Administrative science quarterly*, 47(4), 644-675.
16. Barsade, S. G., Coutifaris, C. G., ve Pillemer, J. (2018). Emotional contagion in organizational life. *Research in Organizational Behavior*, 38, 137-151.
17. Bartel, C. A., ve Saavedra, R. (2000). The collective construction of work group moods. *Administrative Science Quarterly*, 45(2), 197-231.
18. Biçkes, D. M., Çizmeci, B., Göver, H., ve Pomak, İ. (2017). Investigation of health care workers' stress, depression and anxiety levels in terms of work-related violence. *Journal of Human Sciences*, 14(3), 2628-2642.
19. Biçkes, D. M., ve Yılmaz, C. (2020). Leadership theories. Editör Ö. Demirtaş ve M. Karaca, *A Handbook of Leadership Styles*, (pp. 1-34). Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars Publishing.
20. Bowen, J. L. (2014). Emotion in organizations: Resources for business educators. *Journal of Management Education*, 38(1), 114-142.
21. Bower, G. H. (1981). Mood and memory. *American psychologist*, 36(2), 129-148.
22. Brief, A. P., Butcher, A. H., ve Roberson, L. (1995). Cookies, disposition, and job attitudes: The effects of positive mood-inducing events and negative affectivity on job satisfaction in a field experiment. *Organizational behavior and human decision processes*, 62(1), 55-62.
23. Brief, A. P., ve Weiss, H. M. (2002). Organizational behavior: Affect in the workplace. *Annual review of psychology*, 53(1), 279-307.
24. Cialdini, R. B., Baumann, D. J., ve Kenrick, D. T. (1981). Insights from sadness: A three-step model of the development of altruism as hedonism. *Developmental review*, 1(3), 207-223.
25. Cialdini, R. B., ve Kenrick, D. T. (1976). Altruism as hedonism: A social development perspective on the relationship of negative mood state and helping. *Journal of Personality and Social Psychology*, 34(5), 907-914.

26. De Tasya, H. Z. A., Lalu, H., ve Salma, S. A. (2022). Designing reward and punishment systems to spur awareness of the use of personal protective equipment on PT. XYZ workers. *eProceedings of Engineering*, 9(1), 36-43.
27. de Terte, I., Becker, J., ve Stephens, C. (2009). An integrated model for understanding and developing resilience in the face of adverse events. *Journal of Pacific Rim Psychology*, 3(1), 20-26.
28. Delany, C., Jones, S., Sokol, J., Gillam, L., ve Prentice, T. (2021). Reflecting before, during, and after the heat of the moment: A review of four approaches for supporting health staff to manage stressful events. *Journal of Bioethical Inquiry*, 18(4), 573-587.
29. Doerwald, F., Scheibe, S., Zacher, H., ve Van Yperen, N. W. (2016). Emotional competencies across adulthood: State of knowledge and implications for the work context. *Work, Aging and Retirement*, 2(2), 159-216.
30. Donovan, R., ve Rossiter, J. (1982). Store atmosphere: an environmental psychology approach. *Journal of retailing*, 58(1), 34-57.
31. Ercengiz, M. (2019). The Investigation of The Relationship Between Emotion Management Skills and Decision-Making Styles with The Canonical Correlation Method. *International Online Journal of Educational Sciences*, 11(4), 119-130.
32. Erez, A., ve Isen, A. M. (2002). The influence of positive affect on the components of expectancy motivation. *Journal of Applied psychology*, 87(6), 1055-1067.
33. Estrada, C. A., Isen, A. M., ve Young, M. J. (1997). Positive affect facilitates integration of information and decreases anchoring in reasoning among physicians. *Organizational behavior and human decision processes*, 72(1), 117-135.
34. Fineman, S. (2000). Emotional Arenas Revisited. Editör S. Fineman, *Emotion in Organizations* (pp. 1-24). London: SAGE Publications.
35. Fischer, A. H., ve Manstead, A. S. (2008). Functions of emotion from an organizational perspective. Editör N. Ashkanasy ve C. Cooper, *Research companion to emotion in organizations* (pp. 605-616). Cheltenham: Edward Elgar.
36. Fisher, C. D., ve Ashkanasy, N. M. (2000). The emerging role of emotions in work life: An introduction. *Journal of Organizational Behavior: The International Journal of Industrial, Occupational and Organizational Psychology and Behavior*, 21(2), 123-129.

37. Fitness, J. (2000). Anger in the workplace: an emotion script approach to anger episodes between workers and their superiors, co-workers and subordinates. *Journal of Organizational Behavior: The International Journal of Industrial, Occupational and Organizational Psychology and Behavior*, 21(2), 147-162.
38. Folkman, S., ve Lazarus, R. S. (1988). Coping as a mediator of emotion. *Journal of personality and social psychology*, 54(3), 466-475.
39. Forgas, J. P., ve Moylan, S. (1987). After the movies: Transient mood and social judgments. *Personality and social psychology bulletin*, 13(4), 467-477.
40. Fredrickson, B. L. (1998). What good are positive emotions?. *Review of general psychology*, 2(3), 300-319.
41. George, J. M. (1991). State or trait: Effects of positive mood on prosocial behaviors at work. *Journal of applied Psychology*, 76(2), 299-307.
42. George, J. M., ve Bettenhausen, K. (1990). Understanding prosocial behavior, sales performance, and turnover: A group-level analysis in a service context. *Journal of Applied Psychology*, 75(6), 698-709.
43. Gerbeth, S., Stamouli, E., ve Mulder, R. H. (2022). The relationships between emotional competence and team learning behaviours. *Educational Research Review*, 36, 100439.
44. Gerbeth, S., ve Stamouli, E. (2023). Validating the Short Version of the Multidimensional Emotional Competence Questionnaire. *Psychological Test Adaptation and Development*. 4, 128-140.
45. Gillet, N., Morin, A. J., ve Fouquereau, E. (2022). A person-centered perspective on work behaviors. *Current Psychology*, 1-22.
46. Gooty, J., Connelly, S., Griffith, J., ve Gupta, A. (2010). Leadership, affect and emotions: A state of the science review. *The Leadership Quarterly*, 21(6), 979-1004.
47. Grandey, A. A. (2008). Emotions at Work: A Review and Research Agenda. Editör L. Barling ve C.L. Cooper, *Organizational Behaviour Volume 1: Micro Perspectives* (pp. 235-361), Los Angeles: SAGE Publications.
48. Grunberg, L., Moore, S., ve Greenberg, E. S. (2006). Managers' reactions to implementing layoffs: Relationship to health problems and withdrawal behaviors. *Human Resource Management*, 45(2), 159-178.
49. Hafsi, T., Liang, X. U., Lin, W., Yu, K., ve Yan, L. (2010). Emotion Management in Radical Change: A Preliminary Study of Earthquake Power Restoration. *In Proceedings of the Annual Conference of the*

Administrative Sciences Association of Canada, Regina, Saskatchewan.
London, Ont.: The Association.

50. Hanisch, K. A., ve Hulin, C. L. (1990). Job attitudes and organizational withdrawal: An examination of retirement and other voluntary withdrawal behaviors. *Journal of Vocational Behavior*, 37(1), 60-78.
51. Hatfield, E., Cacioppo, J. T., ve Rapson, R. L. (1993). Emotional contagion. *Current directions in psychological science*, 2(3), 96-100.
52. Hosking, D., ve Fineman, S. (1990). Organizing processes. *Journal of Management Studies*, 27(6), 583-604.
53. Humphrey, R. H., Pollack, J. M., ve Hawver, T. (2008). Leading with emotional labor. *Journal of managerial psychology*, 23(2), 151-168.
54. Hwang, Y., Shi, X., ve Wang, X. (2021). Hospitality employees' emotions in the workplace: a systematic review of recent literature. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 33(10), 3752-3796.
55. Izard, C. E. (2010). The many meanings/aspects of emotion: Definitions, functions, activation, and regulation. *Emotion Review*, 2(4), 363-370.
56. John, A. G., Adiele, K., ve Nkoro, F. (2013). Physical settings and patronage of three star hotels in Nigeria's federal capital territory Abuja. *International Journal of Business Management ve Economic Research*, 4(3), 738-744.
57. Joseph, D. L., Dhanani, L. Y., Shen, W., McHugh, B. C., ve McCord, M. A. (2015). Is a happy leader a good leader? A meta-analytic investigation of leader trait affect and leadership. *The Leadership Quarterly*, 26(4), 557-576.
58. Judge, T. A., ve Ferris, G. R. (1993). Social context of performance evaluation decisions. *Academy of management journal*, 36(1), 80-105.
59. Kaplan, S., Bradley, J. C., Luchman, J. N., ve Haynes, D. (2009). On the role of positive and negative affectivity in job performance: a meta-analytic investigation. *Journal of Applied psychology*, 94(1), 162-176.
60. Kaplan, S., Cortina, J., Ruark, G., LaPort, K., ve Nicolaides, V. (2014). The role of organizational leaders in employee emotion management: A theoretical model. *The Leadership Quarterly*, 25(3), 563-580.
61. Kaufmann, G. (2003). The effect of mood on creativity in the innovative process. Editör L.V. Shavinina, *The International Handbook of Innovation*, (pp. 191-203). Oxford: Pergamon.

62. Kleinginna, P. R., ve Kleinginna, A. M. (1981). A categorized list of emotion definitions, with suggestions for a consensual definition. *Motivation and emotion*, 5, 345-379.
63. Kniffin, K. M., Yan, J., Wansink, B., ve Schulze, W. D. (2017). The sound of cooperation: Musical influences on cooperative behavior. *Journal of organizational behavior*, 38(3), 372-390.
64. Levenson, R.W. (1994) Human emotion: A functional view. Editör P. Ekman ve R.J. Davidson, *The Nature of Emotion: Fundamental Questions*, (pp. 123–126). New York: Oxford University Press.
65. Lord, R. G., ve Kanfer, R. (2002). Emotions and organizational behavior. Editör R. G. Lord, R. J. Klimoski, ve R. Kanfer, *Emotions in the workplace: Understanding the structure and role of emotions in organizational behavior* (pp. 5-19). San Francisco: Jossey-Bass.
66. Luria, G., ve Torjman, A. (2009). Resources and coping with stressful events. *Journal of Organizational Behavior: The International Journal of Industrial, Occupational and Organizational Psychology and Behavior*, 30(6), 685-707.
67. Madjar, N., Oldham, G. R., ve Pratt, M. G. (2002). There's no place like home? The contributions of work and nonwork creativity support to employees' creative performance. *Academy of Management journal*, 45(4), 757-767.
68. Manucia, G. K., Baumann, D. J., ve Cialdini, R. B. (1984). Mood influences on helping: Direct effects or side effects?. *Journal of personality and social psychology*, 46(2), 357-364.
69. Mastenbroek, W. (2000) 'Organizational behavior as emotion management', Editör N.M. Ashkanasy, C.E.J Härtel, ve W.J. Zerbe, *Emotions In The Workplace: Research, Theory and Practice*, (pp.19–35). Quorum Books, Westport, CT.
70. Mayer, D. J., ve Salovey, P. (1997). What is Emotional Intelligence. Editör P. Salovey ve D. Sluyter, *Emotional Development and Emotional Intelligence*, (pp. 3-31). USA: Basic Books.
71. Miner, A. G., ve Glomb, T. M. (2010). State mood, task performance, and behavior at work: A within-persons approach. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 112(1), 43-57.
72. Niedenthal, P. M., Halberstadt, J. B., Margolin, J., ve Innes-Ker, Å. H. (2000). Emotional state and the detection of change in facial expression of emotion. *European journal of social psychology*, 30(2), 211-222.
73. Niesta Kayser, D., Greitemeyer, T., Fischer, P., ve Frey, D. (2010). Why mood affects help giving, but not moral courage: Comparing two

- types of prosocial behaviour. *European Journal of Social Psychology*, 40(7), 1136-1157.
74. Oldham, G. R., Cummings, A., Mischel, L. J., Schmidtke, J. M., ve Zhou, J. (1995). Listen while you work? Quasi-experimental relations between personal-stereo headset use and employee work responses. *Journal of applied psychology*, 80(5), 547.
 75. Pelled, L. H., ve Xin, K. R. (1999). Down and out: An investigation of the relationship between mood and employee withdrawal behavior. *Journal of management*, 25(6), 875-895.
 76. Pirola-Merlo, A., Härtel, C., Mann, L., ve Hirst, G. (2002). How leaders influence the impact of affective events on team climate and performance in RveD teams. *The leadership quarterly*, 13(5), 561-581.
 77. Poels, K., ve Dewitte, S. (2019). The role of emotions in advertising: A call to action. *Journal of Advertising*, 48(1), 81-90.
 78. Raišienė, A. G., Danauskė, E., Kavaliauskienė, K., ve Gudžinskienė, V. (2023). Occupational Stress-Induced Consequences to Employees in the Context of Teleworking from Home: A Preliminary Study. *Administrative sciences*, 13(55), 1-23.
 79. Reizer, A., Brender-Ilan, Y., ve Sheaffer, Z. (2019). Employee motivation, emotions, and performance: a longitudinal diary study. *Journal of Managerial Psychology*, 34(6), 415-428.
 80. Ressler, N. (2004). Rewards and punishments, goal-directed behavior and consciousness. *Neuroscience ve Biobehavioral Reviews*, 28(1), 27-39.
 81. Rhee, S. Y. (2007). Group emotions and group outcomes: The role of group-member interactions. Editör E. A. Mannix, M. A. Neale, ve C. P. Anderson, *Research on managing groups and teams*. Vol. 10. Affect in groups (pp. 65–95). Oxford: Elsevier.
 82. Richard, E. M., Walsh, J. J., ve Young, S. F. (2023). Leader-facilitated emotion management and perceived effectiveness: Moderating roles of leader gender and culture. *Human Resource Development International*, 26(1), 48-71.
 83. Robbins, S. P., ve Judge, T. A. (2019). *Örgütsel Davranış*, Çeviri Editörü: İ. Erdem, Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
 84. Rodrigo, J. A. H. N., Kuruppu, C. L., ve Pathirana, G. Y. (2022). The Impact of Job Satisfaction on Employee Performance: A Case at ABC Manufacturing Company. *Asian Journal of Economics, Business and Accounting*, 22(2), 1-9.

85. Rolls, E. T. (2000). Precipit of the brain and emotion. *Journal of Behavioral and Brain Science*, 23, 177–191
86. Sahu, A., ve Srivastava, K. B. (2017). Antecedents and consequences of positive emotions in the workplace. *International Journal of Work Organisation and Emotion*, 8(2), 99-117.
87. Salovey, P., ve Mayer, J. D. (1990). Emotional intelligence. *Imagination, cognition and personality*, 9(3), 185-211.
88. Sauer, J. (2023). Judging based on mood: the influence of affective states on judgments of warmth and competence (Bachelor's thesis). Trondheim: Norwegian University of Science and Technology.
89. Şchiopu, A. F. (2015). Workplace Emotions and Job Satisfaction. *International Journal of Economic Practices ve Theories*, 5(3), 277-282.
90. Şenol, L. (2022). Örgüt ve Duygusal Zeka. Editör B. Üzüm, *Güncel Kavramlarla Örgütsel Davranış* (s. 91-106). Konya: Eğitim Yayınevi.
91. Shapiro, D. L. (2002). Negotiating emotions. *Conflict Resolution Quarterly*, 20(1), 67-82.
92. Suchkova, E., ve Lyusin, D. (2020). The Influence Of Natural And Induced Emotional States On The Recognition Of Emotional Facial Expressions. *Higher School of Economics Research Paper No. WP BRP*, 121.
93. Sund, B., ve Lines, R. (2017). When leadership leads to loathing: The effect of culturally (in) congruent leadership on employee contempt and voluntary work behaviors. *The Journal of Values-Based Leadership*, 10(2), Article 11.
94. Taris, T. W., Schreurs, P. J., ve Van Iersel-Van Silfhout, I. J. (2001). Job stress, job strain, and psychological withdrawal among Dutch university staff: Towards a dualprocess model for the effects of occupational stress. *Work ve stress*, 15(4), 283-296.
95. Taşbaş, E. H. O. (2019). Çatışma ve Çatışma Çözümü Sürecinde Duyguların Rolü. *Muhakeme Dergisi*, 2(2), 8-18.
96. Thiel, C., Griffith, J., ve Connelly, S. (2015). Leader–follower interpersonal emotion management: Managing stress by person-focused and emotion-focused emotion management. *Journal of Leadership ve Organizational Studies*, 22(1), 5-20.
97. Thoresen, C.J., Kaplan, S.A., Barsky, A.P., Warren, C.R. and De Chermont, K. (2003). The affective underpinnings of job perceptions and attitudes: A meta-analytic review and integration. *Psychological Bulletin*, 129(6), 914–945.

98. Totterdell, P., Kellett, S., Teuchmann, K., ve Briner, R. B. (1998). Evidence of mood linkage in work groups. *Journal of personality and social psychology*, 74(6), 1504-1515.
99. Ünal, S., Akkuş, G., ve Akkuş, Ç. (2014). Yiyecek İçecek İşletmelerinde Atmosfer, Duygu, Memnuniyet ve Davranışsal Sadakat İlişkisi. *Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, (1), 23-49.
100. Uslu, A. (2020). Duygu, His ve Duyguların Ayrımına Etkinleşimci Çözüm. *Feminist Tahayyül*, 1(2), 144-184.
101. Van Knippenberg, D., De Cremer, D., ve Van Knippenberg, B. (2007). Leadership and fairness: The state of the art. *European journal of work and organizational psychology*, 16(2), 113-140.
102. VanMaanen, J., ve Kunda, G. (1989). Real feelings-emotional expression and organizational culture. *Research in organizational behavior*, 11, 43-103.
103. Wasserman, V., Rafaeli, A., ve Kluger, A. (2000). Symbols as emotional cues. Editör S. Fineman, *Emotion in Organizations*. (pp. 140-165). London: Sage Publications.
104. Watson, D. ve Clark, L.A. (1994) Emotions, moods, traits, and temperament: Conceptual distinctions and empirical findings. Editör P. Ekman ve R.J. Davidson, *The Nature of Emotion: Fundamental Questions*, (pp. 89-93). New York: Oxford University Press.
105. Weiss, H. M. ve Cropanzano, R. (1996). Affective events theory: A theoretical discussion of the structure, causes and consequences of affective experiences at work. *Research in Organizational Behavior*, 18, 1-74.
106. Williams, M. (2007). Building genuine trust through interpersonal emotion management: A threat regulation model of trust and collaboration across boundaries. *Academy of management Review*, 32(2), 595-621.
107. Wu, J., Luan, S., ve Raihani, N. (2022). Reward, punishment, and prosocial behavior: Recent developments and implications. *Current Opinion in Psychology*, 44, 117-123.
108. Yue, Z., ve Yang, J. Z. (2022). Compassionate goals, prosocial emotions, and prosocial behaviours during the COVID-19 pandemic. *Journal of community ve applied social psychology*, 32(3), 476-489.
109. Zimmerman, R. D., Swider, B. W., Woo, S. E., ve Allen, D. G. (2016). Who withdraws? Psychological individual differences and employee withdrawal behaviors. *Journal of Applied Psychology*, 101(4), 498-519.

48. Bölüm

Türkiye Bulunan Mevduat Bankaları ile İlgili 2018-2023 Yılları Arasındaki Dönemde Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleri ile Yapılmış Olan Çalışmaların İncelemesi

Çağrı KÖROĞLU¹
Mehmet ANBARCI^{2*}
İsmail ÖZTANIR³

1 Prof. Dr., Aydın Adnan Menderes Üniversitesi / Nazilli İİBF / İşletme Bölümü, cagrikoroglu@adu.edu.tr / Orcid: 0000-0003-4073-1847

2 İşletme Bilim Uzmanı, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, mehmetanbarci33@gmail.com, Orcid: 0000-0002-1203-6620 (Sorumlu Yazar, Corresponding Author)

3 Arş. Gör. Dr., Aydın Adnan Menderes Üniversitesi / Nazilli İİBF / İşletme Bölümü, ioztanir@adu.edu.tr, Orcid: 0000-0002-3299-034X

ÖZET

Literatürde çok kriterli karar verme yöntemlerini kullanarak Türkiye'deki mevduat bankaları örneklemeyle yapılmış birçok araştırma bulunmaktadır. Bu çalışmada yapılan araştırmalar yıllara göre alt başlıklar halinde verilip sonrasında tablolar halinde sunulacaktır. Çalışmanın amacı, 2018-2023 yılları arasındaki dönemde Çok Kriterli Karar Verme yöntemleri kullanılarak Türkiye'de faaliyet gösteren mevduat bankaları özelinde yapılan araştırmaların incelenmesidir.

Çalışmada, Türkiye bulunan mevduat bankaları ile ilgili 2018-2023 yılları arasında çok kriterli karar verme yöntemleri ile yapılmış olan araştırmalar incelenmiştir. Bu araştırmalarda finansal verilerin hesaplanmasıyla finansal performans ölçümünün yapılmasının yanı sıra biçimsel olarak farklı çalışmaların da yapıldığı görülmüştür. Ağırlıklandırma işlemi için çoğunlukla ENTROPİ yönteminin, sıralama ve değerlendirme işlemi için ise TOPSIS yönteminin kullanıldığı gözlenmiştir. Çalışmanın sonucunda, yapılan araştırmalarda en iyi finansal performansı gösteren bankaların Ziraat Bankası ve Akbank olduğu tespit edilmiştir.

ABSTRACT

In the literature, there are many studies conducted with the sample of deposit banks in Turkey using multi-criteria decision-making methods. The research conducted in this study will be given in sub-headings according to the years and then presented in tables. The aim of the study is to examine the researches made specifically for deposit banks operating in Turkey by using Multi-Criteria Decision-Making methods in the period between 2018-2023.

In the study, research made with multi-criteria decision-making methods between the years 2018-2023 on deposit banks in Turkey were examined. In these studies, it was seen that in addition to measuring financial performance by calculating financial data, different formal studies were also carried out. It has been observed that the ENTROPY method is mostly used for the weighting process and the TOPSIS method is used for the ranking and evaluation process. As a result of the study, it was determined that Ziraat Bank and Akbank were the banks that showed the best financial performance in the researches.

Giriş

Günlük hayatta insanlar karşılaştıkları problemler ya da alternatifler karşısında bir karar verme durumu ile karşı karşıya kalmaktadırlar. Karar vermenin önemi, karar vericilerin bir sorunu geniş kapsamlı olarak algılamasına ve doğru bir karar almasına yardımcı olmak ve karar vermeyi sağlayan teknikleri uygun bir biçimde kullanmaktır. Çok kriterli karar verme ise günlük hayatta karşılaşılan problemlere en uygun çözümü belirlemedeki süreçtir. Çok kriterli karar verme ile ilgili pek çok yöntem bulunmakta ve yeni yöntemler de giderek artmaktadır. Bu yöntemlerin bazıları kriterleri ağırlıklandırmak için, bazıları ise alternatifleri değerlendirmek için geliştirilmiştir.

Mevduat bankaları, finansal sistem içindeki temel aktörlerden biri olarak kabul edilen ve bir ülkenin ekonomik gelişimi üzerinde önemli bir etkisi olan finansal kuruluşlardır. Bu bankalar, bireysel ve kurumsal müşterilerden topladıkları mevduatları kabul ederler ve bu kaynakları ekonomideki çeşitli sektörlerle kredi sağlama, yatırım yapma ve likidite ihtiyacını karşılama gibi çeşitli şekillerde kullanırlar. Mevduat bankaları, tasarrufların yönlendirilmesi, ekonomik büyümenin teşviki ve ödeme sistemlerinin işleyişinin sağlanması gibi kritik işlevleri yerine getirerek finansal istikrarın temel taşlarından birini oluştururlar. Ancak, mevduat bankalarının faaliyetleri sadece finansal piyasalara ve ekonomiye değil, aynı zamanda bireylerin ve işletmelerin günlük yaşamlarına da büyük bir etki yapmaktadır. Bireyler, mevduat bankalarını birikimlerini korumak, ödemeleri yönetmek ve kredi almak için kullanırken, işletmeler bu bankaları işletmelerini finanse etmek ve işlerini büyütmek için kritik bir kaynak olarak görmektedirler. Bu nedenle, mevduat bankalarının işleyişi ve performansı, ekonomik refahımızın önemli bir göstergesi ve belirleyicisi olarak kabul edilmektedir.

Bu çalışma 4 bölümden oluşmaktadır. İlk bölümü Giriş bölümü oluşturmaktadır. İkinci bölümde mevduat bankaları ile ilgili genel bilgilere değinilmiştir. Ardından üçüncü bölümde yıllara göre Türkiye'deki mevduat bankaları ile ilgili çalışmalara yer verilmiştir. Daha sonra ise çalışmanın sonuç bölümüne geçilmiş ve çalışma ile ilgili değerlendirmeler ve öneriler yapılmıştır.

Mevduat Bankaları

Mevduat bankalarının rolleri arasında ekonomide finansal aracılık, kaynakların akışını yönlendirme, kaynakların verimli kullanımı, kaynakların zaman ve miktar açısından uyumu, kâğıt para veya banka rezervlerinin oluşturulması, para politikasının uygulanmasına yardımcı olma ve uluslararası ticaretin desteklenmesi gibi işlevler bulunmaktadır (Akgüç, 2011: 3). Finansal sistemin içinde aracılık faaliyeti yürüten mevduat bankaları, kârlılıklarını en üst

düzeğe çıkarma ve ekonominin tasarruflarını yatırımlara yönlendirme gibi amaçlara odaklanır. Günümüzde, özellikle teknolojik gelişmelere bağılı olarak artan rekabet koşulları, bankaların bu hedeflere ulaşmasını engelleyen en büyük zorluk olarak kabul edilmektedir (Ayçin ve Orçun, 2019: 176).

Ulusal finansal sistem içinde yer alan bankacılık sektörü, kalkınma ve yatırım bankaları, katılım bankaları ve mevduat bankalarını içermektedir. Mevduat bankaları, ulusal finansal sistem içinde oldukça büyük bir paya sahip olmaları nedeniyle diğerk bankacılık türleriyle karşılaştırıldığında özellikle önem arz etmektedir. Son yıllarda, ekonomik gelişmelerle paralel olarak mevduat toplama yetkisine sahip bu bankaların faaliyet sonuçları ve performans düzeyleri büyük ilgi çeken bir araştırma konusu haline gelmiştir. Finansal aracılık sürecinde aracılık görevini üstlenen mevduat bankaları, kendi risk seviyelerini değerlendirmenin yanı sıra rekabet avantajları kazanabilmek için gereken durum değerlendirmesini yapma fırsatına sahiptirler. Ayrıca, bankaların performansını ölçmek sadece bankaların içsel paydaşları için değil aynı zamanda ekonominin geneli için de büyük bir öneme sahiptir (Ersoy ve Aydın, 2018: 158).

Türkiye’deki Mevduat Bankaları İle İlgili 2018-2023 Yılları Arasındaki Çalışmaların İncelenmesi

Literatürde çok kriterli karar verme yöntemlerini kullanarak mevduat bankaları üzerinde yapılmış olan birçok çalışma bulunmaktadır. Bu çalışmaların 2018-2023 yılları arasında yapılmış olanları bu çalışma incelenecektir. Çalışmalar yıllara göre alt başlıklar halinde verilip, daha sonra çalışmalar tablolar halinde sunulacaktır.

2018 Yılında Türkiye’deki Mevduat Bankaları İçin Yapılan Çalışmaların İncelenmesi

2018 yılında mevduat bankaları ile ilgili literatürde bulunan çalışmalar Tablo 1’de verilmiştir. 2018 yılına kadar olan yılları kapsayan çalışmalarda çeşitli sonuçlar elde edilmiştir.

Tablo 1: 2018 Yılında Yapılan Çalışmalar

Yazar	Çalışmaya Ait Bilgiler
Atukalp (2018)	Özel sermayeli mevduat bankalarının finansal performansı Multi-MOORA yöntemi kullanılarak analiz edilmiştir. Çalışma sonucunda seçilmiş olan kriterlere göre 2015, 2016 ve 2017 yıllarında en başarılı finansal performansa sahip banka Akbank olduğu tespit edilmiştir.
Dikici (2018)	Mevduat ve katılım bankalarının 2012-2016 yılları arasında olan finansal performansları TOPSIS ve VIKOR yöntemleri ile

	değerlendirilmiştir. Çalışmada mevduat bankalarının, katılım bankalarından daha yüksek bir performans gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır.
Yalçiner ve Karaatlı (2018)	Çalışmada 25 mevduat bankasının 2002-2015 yıllarındaki verilerinden yararlanılarak AHP, TOPSIS ve ELECTRE yöntemleri ile ele alınıp değerlendirilmesi yapılmıştır. Çalışma sonucunda Ziraat Bankası performans olarak ilk sırada yer almıştır.
Uludağ ve Ece (2018)	TOPSIS yöntemi kullanılarak 28 adet mevduat bankasının 2006-2016 yıllarındaki verilerinden faydalanılarak mevduat bankalarının değerlendirilmesi yapılmıştır. Değerlendirmede mevduat bankaları kamu, özel ve yabancı sermayeli olarak 3 grupta incelenmiştir.

2019 Yılında Türkiye’deki Mevduat Bankaları İçin Yapılan Çalışmaların İncelenmesi

2019 yılında mevduat bankaları ile ilgili literatürde bulunan çalışmalar Tablo 2’de verilmiştir. Çalışmalarda farklı kriterler kullanılmıştır ve bu kriterlerin değerlendirilmesi sonucunda farklı mevduat bankaları farklı dönemlerde olumlu finansal performanslar gösterdiği hesaplanmıştır.

Tablo 2: 2019 Yılında Yapılan Çalışmalar

Yazar	Çalışmaya Ait Bilgiler
Ayçin ve Orçun (2019)	Şube sayısı olarak 500’den fazla olan mevduat bankalarının bazı kriterler ile değerlendirilmesi yapılmıştır. Bankaların 2016 ve 2017 yılı verilerinden faydalanılarak ENTROPI ve MAIRCA yöntemleri ile performansları ölçülmüş ve çalışmanın neticesinde en başarılı banka Ziraat Bankası olarak bulunmuştur.
Işık (2019)	Çalışmada Türk mevduat bankacılık sektörünün 2008-2017 yılları arasında gösterdiği finansal performans ENTROPI ve ARAS yöntemleri ile değerlendirilmiştir. Çalışmanın sonucunda mevduat bankacılığı sektöründe en iyi performansın gösterildiği yıl 2010 yılı olmuştur.
Altumur, Çevik ve Karaca (2019)	BIST 30 endeksinin %27’lik kısmını oluşturmakta olan 6 mevduat bankasının 2017 yılındaki finansal performansı ölçümlenmiştir. TOPSIS yöntemi uygulanan çalışmada en ideal bankanın Garanti Bankası olduğu sonucuna ulaşılmıştır.
Topak ve Çanakçıoğlu (2019)	Mevduat bankalarının ENTROPI ve COPRAS yöntemleri ile değerlendirilmesinin yapıldığı bu çalışmada aktif büyüklüğü bakımından en büyük 11 bankanın 2017 yılındaki verilerinden yararlanılmıştır. Çalışmanın neticesinde performansı en iyi olan banka Ziraat Bankası, İş Bankası ve Garanti Bankası olmuştur.

2020 Yılında Türkiye’deki Mevduat Bankaları İçin Yapılan Çalışmaların İncelenmesi

2020 yılında mevduat bankaları ile ilgili literatürde bulunan çalışmalar Tablo 3’de verilmiştir. Çalışmalarda 2020 yılının öncesi dönemlerden elde edilen finansal bilgiler üzerinde durulmuş ve çeşitli sonuçlar elde edilmiştir.

Tablo 3: 2020 Yılında Yapılan Çalışmalar

Yazar	Çalışmaya Ait Bilgiler
Akbulut (2020)	Aktif büyüklüğü olarak en büyük 10 mevduat bankasının ölçülmesi yapılan bu çalışmada, 2018 yılı baz alınarak Gri ENTROPI, PSI ve ARAS yöntemleri kullanılmıştır. Çalışmada 2018 yılında performans olarak en başarılı bankanın Ziraat bankası olduğu anlaşılmıştır.
Çalış ve Sakarya (2020)	Çalışmada 10 adedi mevduat bankası olan toplam 12 banka incelenmiştir. Bu 12 bankanın 2015, 2016 ve 2017 yıllarındaki finansal verilerinden faydalanılarak PROMETHEE yöntemi ile ölçülmesi yapılmıştır. Ölçülenme sonunda en başarılı performansa sahip banka Akbank olmuştur.
Gülencer (2020)	Aktif büyüklüğü olarak ilk 10 sırada bulunan mevduat bankalarının finansal performansları TOPSIS ve VIKOR yöntemleri kullanılarak değerlendirilmiştir. Çalışmaya konu olan bankaların 2013-2017 yılları arasındaki verilerinden faydalanılmıştır.
Koşaroğlu (2020)	Çalışmada, Borsa İstanbul’da bulunan mevduat bankalarının 2015-2019 yılları arasındaki finansal verilerinden hareketle ilgili bankaların performansları ölçülmüştür. Bankaların başarı sıralamalarının elde edilmesi için çalışmada belirlenen kriterler SD yöntemi ile ağırlıklandırılmış ve EDAS yöntemi ile değerlendirilmesi yapılmıştır. Çalışma sonucunda ilgili dönem için en başarılı banka Akbank olmuştur.
Bektaş (2020)	Yüz ve üzeri şubesi bulunan 13 adet mevduat bankasının değerlendirildiği bu çalışmada, CRITIC ve MAIRCA yöntemleri kullanılarak Mevduat Bankalarının 2018 ve 2019 yılları için finansal performansları sıralanmıştır. En başarılı performansa sahip banka 2018’de Ziraat Bankası, 2019’ ise Akbank sonucuna ulaşılmıştır.

2021 Yılında Türkiye’deki Mevduat Bankaları İçin Yapılan Çalışmaların İncelenmesi

2021 yılında mevduat bankaları ile ilgili literatürde bulunan çalışmalar Tablo 4’de verilmiştir. Bu yılda yapılan çalışmalarda yine çeşitli çok kriterli karar verme yöntemlerinde yararlanılarak mevduat bankaları ile çalışmalar yapılmış ve birbirinden farklı sonuçlar elde edilmiştir.

Tablo 4: 2021 Yılında Yapılan Çalışmalar

Yazar	Çalışmaya Ait Bilgiler
Demir (2021)	Çalışmada özel sermayeli mevduat bankalarının 2014-2019 yılları arasındaki finansal verilerinden hareketle finansal performansları analiz edilmiştir. SWARA ve RAFSI yöntemlerinin kullanıldığı bu çalışmanın sonucunda 2014-2018 yıllarında en başarılı performansı Akbank, 2019 yılında ise Yapı ve Kredi bankası göstermiştir.
Gezen (2021)	Mevduat bankalarının ENTROPI ve WASPAS yöntemleri ile değerlendirildiği bu çalışmada 2016-2020 yılları için değerlendirilmede bulunulmuştur.
Karadağ (2021)	Borsa İstanbul'da işlem gören mevduat bankalarının 2018 yılındaki finansal performanslarının ölçümlendiği bu çalışmada ENTROPI ile kriterler ağırlıklandırılmış, TOPSIS yöntemi ile de değerlendirme yapılmıştır. Bu yöntemler kullanılırken IMF finansal sağlık göstergeleri ve mevduat bankalarının finansal verileri kullanılmıştır. Çalışmanın neticesinde finansal sağlık olarak en iyi banka QNB Finansbank olmuştur.
Ak vd. (2021)	2009-2019 yılları arasındaki verilerden hareketle yapılan bu çalışmada Borsa İstanbul Bankacılık Endeksinde bulunan 9 mevduat bankasının finansal performansı COPRAS yöntemiyle ölçülmüştür.
Akgül (2021)	Bu çalışmada Borsa İstanbul'da bulunan 9 mevduat bankasının 2016-2020 yıllarındaki verileri kullanılarak değerlendirilmesi yapılmıştır. CRITIC ve CoCoSo yöntemlerinin kullanıldığı çalışmada ilgili yıllarda en iyi performansı Akbank göstermiştir.
Yetiz ve Kılıç (2021)	15 mevduat bankasının VIKOR yöntemiyle incelendiği bu çalışmada 2015-2019 yıllarındaki verilerden faydalanılmıştır. Çalışmada elde edilen sonuçlara göre ilk 3 yıl en başarılı banka Ziraat Bankası, sonraki 2 yıl için ise ING Bank olmuştur.
Sakarya ve Gürsoy (2021)	Borsa İstanbul Bankacılık Endeksinde bulunan 9 mevduat bankasının 2010-2020 yıllarındaki finansal performansının değerlendirildiği bu çalışmada 17 kriter ENTROPI yöntemi ile ağırlıklandırılmıştır. Ağırlıklandırılma işleminden sonra elde edilen sonuçlar COPRAS ve ARAS yöntemleri ile değerlendirilmiştir.

2022 Yılında Türkiye'deki Mevduat Bankaları İçin Yapılan Çalışmaların İncelenmesi

2022 yılında mevduat bankaları ile ilgili literatürde bulunan çalışmalar Tablo 5'de verilmiştir. 2022 yılında yapılan çalışmalarda her çalışma kendine özgü kriterlerle ölçümlenmiş ve çeşitli sonuçlara ulaşılmıştır.

Tablo 5: 2022 Yılında Yapılan Çalışmalar

Yazar	Çalışmaya Ait Bilgiler
Batır (2022)	Aktif büyüklüğü açısından en büyük 9 mevduat bankasının değerlendirildiği çalışmada bankaların 2018-2021 yılları arasındaki performansları değerlendirilmiştir. Çalışma için elde edilen veriler CRITIC yöntemi ile ağırlıklandırılmış ve EDAS yöntemi ile değerlendirilmiştir.
Çilek (2022)	2019, 2020 ve 2021 yıllarının değerlendirilmesinin yapıldığı çalışmada kamu, özel ve yabancı sermayeli mevduat banka gruplarının finansal aktifliği incelenmiştir. Çalışmada kullanılan kriterler SD yöntemi ile ağırlıklandırılmış ve CoCoSo yöntemiyle değerlendirilmiştir. Çalışmanın neticesinde özel sermayeli mevduat bankaları iyi aktifliği sergilemiştir.
Erdoğan (2022)	Borsa İstanbul'daki 9 mevduat bankasının 2016-2020 yılları arasındaki finansal verilerinden hareketle ilgili bankaların ölçülmesi yapılmıştır. AHP ve SD yöntemleriyle ağırlıklandırılan kriterler PIV yöntemiyle değerlendirilmesi yapılmıştır. Çalışmanın sonucunda değerlendirilmesi yapılan yıllarda bankaların finansal performanslarında kayda değer biçimde istikrarsızlıklar olduğu görülmüştür.
Şimşek (2022)	Bu çalışmada aktif büyüklüğü bakımından en büyük on mevduat bankasının finansal performansları incelenmiştir. Mevduat bankalarının 2010-2020 yılları arasındaki finansal verilerden faydalandığı çalışmada AHP, SV ve WEDBA yöntemleri kullanılmıştır. Sonuç olarak ilgili dönemlerde en başarılı performansı sergileyen banka Ziraat Bankası olmuştur.
Yurttadur vd. (2022)	Mevduat bankaları ve katılım bankalarının finansal performanslarının 2017-2021 arasındaki yıllar için karşılaştırılma yapılmıştır. ENTROPİ yöntemi ile ağırlıkları belirlenen kriterler COPRAS yöntemi ile değerlendirilmiştir.
Say (2022)	Çalışmada 3 kamusal sermayeli mevduat bankasının 2010-2020 arasındaki yılların finansal tablolarından hareketle değerlendirilmesi yapılmıştır. Kriterlerin ağırlıkları ENTROPİ yöntemiyle yapılmış daha sonra TOPSIS yöntemiyle değerlendirilmiştir. Çalışmanın sonucunda 11 yıllık dönem için en başarılı şirket Ziraat Bankası olmuştur.

2023 Yılında Türkiye'deki Mevduat Bankaları İçin Yapılan Çalışmaların İncelenmesi

2023 yılında mevduat bankaları ile ilgili literatürde bulunan çalışmalar Tablo 6'da verilmiştir. 2023 yılının Eylül ayına kadar olan dönemde bu yıl içinde yapılmış çalışmalar literatürden elde edilmiş ve incelemiştir. Bu çalışmalarda da çok kriterli karar verme yöntemleriyle değerlendirilen kriterler neticesinde bankaların finansal performansları ölçülmüş ve karşılaştırılması yapılmıştır.

Tablo 6: 2023 Yılında Yapılan Çalışmalar

Yazar	Çalışmaya Ait Bilgiler
Yıldırım ve Yaman (2023)	Çalışmada 5 mevduat bankasının ekonomik, sosyal ve çevresel göstergelerinden hareketle 2018-2022 yıllarındaki sürdürülebilirlik performansları değerlendirilmiştir. Kriterler ENTROPİ yöntemi ile ağırlıklandırılmış, ARAS ve TOPSIS yöntemleri ile de sürdürülebilirlik performansları incelenmiştir.
Aydın vd. (2023)	Aktif büyüklüğü olarak en büyük 7 ve orta ölçekteki 3 olmak üzere toplam 10 mevduat bankasının finansal verilerinden faydalanılarak 2012-2021 dönemlerindeki performansları incelenmiştir. Multi-MOORA yönteminin kullanıldığı çalışmanın sonucunda en başarılı banka Ziraat Bankası olmuştur.
Karabulut ve Akkaynak (2023)	Çalışmada mevduat bankalarının aktifliğinin mukayesesi hedeflenmiştir. 2016 yılının birinci çeyreğinden 2022 yılının ikinci çeyreğine kadar olan dönemi kapsayan çalışmada CRITIC ve COPRAS yöntemleri kullanılmıştır. Çalışmanın sonucunda en başarılı performansı Citibank göstermiştir.

Sonuç

Bu çalışmada, Türkiye bulunan mevduat bankaları ile ilgili 2018-2023 yılları arasında çok kriterli karar verme yöntemleri ile yapılmış olan çalışmalar incelenmiştir. Çalışmalarda yalnızca finansal verilerin hesaplanıp finansal performans ölçümünün olduğu çalışmalar değil biçimsel olarak farklı çalışmalar da yapılmıştır. Örneğin, Dikici (2018) çalışmasında, mevduat ve katılım bankalarını çok kriterli karar verme yöntemleri ile değerlendirip, karşılaştırmıştır. Işık (2019) çalışmasında, çalışmada bulunan ilgili yılların hangisinde daha iyi bir performans sergilendiğini incelemiştir. Karadağ (2021) çalışmasında, kriterleri oluştururken finansal verilerin yanı sıra IMF finansal sağlamlık göstergelerinden de yararlanmıştır. Çilek (2022) çalışmasında, kamu, özel ve yabancı sermayeli mevduat bankalarını grup olarak ele almıştır.

Çalışmalarda çoğunlukla ağırlıklandırma işlemi için ENTROPİ yöntemi, değerlendirme işlemi için ise TOPSIS yöntemi kullanılmıştır. Yapılan çalışmalarda en fazla en iyi finansal performansı gösteren bankalar Ziraat Bankası ve Akbank olmuştur.

Kaynaklar

1. Ak, Ö. K., Babuşçu, Ş., ve Hazar, A. (2021). BIST Banka Endeksinde Yer Alan Mevduat Bankalarının Finansal Performanslarının COPRAS Yöntemiyle Değerlendirilmesi. *Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(1), 280-305.
2. Akbulut, O. Y. (2020). GRİ ENTROPİ Temelli PSI ve ARAS ÇKKV Yöntemleriyle Türk Mevduat Bankalarının Performans Analizi. *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(2), 171-187.
3. Akgüç, Ö. (2011). *Ticaret Bankalarının Yönetimi*. İstanbul: Arayış Basım Yayıncılık.
4. Akgül, Y. (2021). Borsa İstanbul'da İşlem Gören Ticari Bankaların Finansal Performansının Bütünleşik CRITIC CoCoSo Modeliyle Analizi. *Ekonomi ve Finansal Araştırmalar Dergisi*, 3(2), 71-90.
5. Altumur, N., Çevik, M., ve Karaca, S. S. (2019). BİST 30 Endeksinde İşlem Gören Ticari Bankaların TOPSIS Yöntemi İle Finansal Performans Analizi. *Uluslararası İşletme, Ekonomi ve Yönetim Perspektifleri Dergisi*, 3(1), 63-73.
6. Atukalp, M. E. (2018). Özel Sermayeli Mevduat Bankalarının Finansal Performanslarının İncelenmesi: Türkiye Örneği. *Global Journal of Economics and Business Studies*, 7(14), 38-52.
7. Ayçin, E., ve Orçun, Ç. (2019). Mevduat Bankalarının Performanslarının ENTROPİ ve MAIRCA Yöntemleri ile Değerlendirilmesi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22(42), 175-194.
8. Bektaş, S. (2020). Mevduat Bankalarının Finansal Performanslarının Sıralanması: Türk Mevduat Bankalarının CRITIC Ve MAIRCA Yöntemleriyle Performans Analizi. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 15(2), 793-822.
9. Çalış, N., ve Sakarya, Ş. (2020). Finansal Performans Ve Hisse Senedi Getirisi İlişkisi: BIST Bankacılık Endeksi Üzerine Bir İnceleme. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(2), 1046-1058.
10. Çilek, A. (2022). Bütünleşik SV-CoCoSo Teknikleriyle Etkinlik Analizi: Mevduat Bankaları Gruplarında Bir Uygulama. *Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi*, (26), 52-69
11. Demir G., (2021), Özel Sermayeli Mevduat Bankalarında Performans Analizi: SWARA-RAFSI Bütünleşik Model Uygulaması. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 35(4), 1359-1382.
12. Dikici, Y. (2018). Katılım Bankaları ile Mevduat Bankalarının Çok Kriterli Karar Verme Yöntemi İle Karşılaştırılması. *Uluslararası Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 4(2), 117-125.

13. Erdoğan, B. (2022). BİST'e Kayıtlı Bankaların Finansal Performansının AHP-SD Tabanlı PIV Yöntemiyle Değerlendirilmesi. *Pamukkale Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 52, 93-109.
14. Ersoy, E., ve Aydın, Y. (2018). Bankaların Likiditesini Etkileyen Makroekonomik Ve Bankaya Özgü Faktörlerin Ampirik Analizi: Türkiye Örneği. *Global Journal of Economics and Business Studies*, 7(14), 158-169
15. Eyceyurt Batır, T. (2022). COVID-19 Pandemi Sürecinde Bankacılık Sektörü Performansının Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleri İle Karşılaştırmalı Analizi: "CRITIC - EDAS Yaklaşımı Kapsamında Bir İnceleme". *Uluslararası Muhasebe ve Finans Araştırmaları Dergisi*. 4(2), 186-203.
16. Gezen, A. (2021). Türkiye’de Faaliyet Gösteren Mevduat Bankalarının ENTROPİ ve WASPAS Yöntemleri ile Finansal Performans Analizi 2016-2020. *Gaziantep Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 3(2), 91-111.
17. Gülençer, S. (2020). Türkiye’deki Mevduat Bankalarının TOPSIS ve VIKOR Yöntemleriyle Analizi. *Kırklareli Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 1(1), 1-22
18. Işık, O. (2019). Türk Mevduat Bankacılığı Sektörünün Finansal Performanslarının ENTROPİ Tabanlı ARAS Yöntemi Kullanılarak Değerlendirilmesi. *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4(1), 90-99.
19. Kadooğlu Aydın, G., Hazar, A., Babuşcu, Ş. ve Uçar, D. (2023). Bankaların Multi-MOORA Yöntemi ile Risk Bazlı Performans Ölçümü – Türkiye Uygulaması. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 24(2), 171-192.
20. Karabulut, T., ve Akkaynak, B. (2023). Türkiye’deki Mevduat Bankalarının CRITIC-COPRAS Yöntemleriyle Sıralaması. *Ekev Akademi Dergisi*, (94), 315-329.
21. Karadağ, M. M. (2021). BİST’te İşlem Gören Mevduat Bankalarının IMF Finansal Sağlıklik Göstergeleri Açısından TOPSIS ve ENTROPİ Yöntemleri ile Analizi. *Maliye ve Finans Yazıları*, (116), 119-142.
22. Koşaroğlu, Ş. M. (2020). BİST’te İşlem Gören Bankaların Performanslarının SD ve EDAS Yöntemleriyle Değerlendirilmesi. *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(3), 406-417.
23. Sakarya, Ş., ve Gürsoy, M. (2021). BİST Bankacılık Endeksi’nde Yer Alan Bankaların Finansal Performanslarının ENTROPİ Tabanlı COPRAS ve ARAS Yöntemleri ile Değerlendirilmesi. *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(4), 806-819.

24. Say, S. (2022). Kamusal Sermayeli Mevduat Bankalarının Aktif Kalitesinin Entegre ENTROPİ-TOPSIS Yöntemleri ile Değerlendirilmesi. *Pamukkale Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 52, 351-361.
25. Şimşek, O. (2022). Hibrid Bir ÇKKV Modeli ile Türk bankacılık Sektöründe Finansal Performans Değerlendirmesi. *Turkish Studies - Economy, Finance, Politics* 17(2), 447-470.
26. Toprak, M. S., ve Çanakçıoğlu, M. (2019). Banka performansının ENTROPİ ve COPRAS yöntemi ile değerlendirilmesi: Türk bankacılık sektörü üzerine bir araştırma. *Mali Çözüm Dergisi*, 29(154), 107-132.
27. Uludağ, A. S., ve Ece, O. (2018). Türkiye’de Faaliyet Gösteren Mevduat Bankalarının Finansal Performanslarının TOPSIS Yöntemi Kullanılarak Değerlendirilmesi. *Finans Politik ve Ekonomik Yorumlar*, (637), 49-80.
28. Yalçiner, D., ve Karaatlı, M. (2018). Mevduat Bankası Seçimi Sürecinde TOPSIS ve ELECTRE Yöntemlerinin Kullanılması. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 23(2), 401-423.
29. Yetiz, F., ve Kılıç, Y. (2021). Bankaların Finansal Performansının VIKOR Yöntemi ile Değerlendirilmesi: Türkiye Örneği. *Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, 13(24), 151-164.
30. Yıldırım, H. ve Yaman, B. O., (2023). Türk bankacılık sektöründe 2018-2022 Dönemi Sürdürülebilirlik Performanslarının ENTROPİ, TOPSIS ve ARAS Yöntemleri ile Analizi. *Ardahan Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5(1), 39-48.
31. Yurttadur, M., Akbalık, M., ve Taşcı, M. Z. (2022). ENTROPİ ve COPRAS Yöntemleriyle Finansal Performans Analizi: Mevduat ve Katılım Bankaları Karşılaştırması. *Bankacılık ve Sigortacılık Araştırmaları Dergisi*, (16), 13-27.

49. Bölüm

Çevrenin Öneminden Hareketle Sürdürülebilirlik Ve Sürdürülebilir Kalkınma

Çiğdem Sema SIRMA¹

¹ Dr.Öğr. Üyesi; Başkent Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Sosyoloji Bölümü.
csemapolat@gmail.com ORCID No: 0000-0002-0839-2390

ÖZET

Çevresel sorunlar günümüzde giderek artış göstermekte ve çevresel sorunların gündelik yaşam üzerindeki etkileri gözle görülür hale gelmektedir. Çevresel sorunlar bireysel yaşamların ötesinde küresel düzeyde etkilere sahiptir. Bu nedenle çevresel sorunlar fen ve doğa bilimlerinden sosyal bilimlere kadar pek çok disiplinin araştırma konusudur. Çevresel sorunlara yönelik çözüm politikaları önem kazanmaktadır. Bu çalışmada, sosyolojik açıdan sürdürülebilirlik ve sürdürülebilir kalkınma kavramları çevresel göstergeler ve refah bağlamında konu edilerek, sürdürülebilirlik ve sürdürülebilir kalkınma kavramlarına ilişkin olarak yapılan çalışmalar betimsel bir şekilde ele alınmıştır.

Anahtar kelimeler: çevre, sürdürülebilirlik, sürdürülebilir kalkınma

Abstract

Environmental problems are increasing day by day and the effects of environmental problems on daily life are becoming visible. Environmental problems have global effects beyond individual lives. Therefore, environmental problems are the research topic of many disciplines, from science and natural sciences to social sciences. Solution policies for environmental problems gain importance. In this study, the concepts of sustainability and sustainable development are sociologically discussed in the context of environmental indicators and welfare, and the studies on these concepts are examined in a descriptive way.

Keywords: environment, sustainability, sustainable development

GİRİŞ

Tarihsel olarak ele alındığında sosyal yapıda ortaya çıkan problemleri anlamak ve açıklamak için toplumların Gelişim aşamaları bir zemin oluşturmaktadır. Sosyal bilimcilerde sosyal yapıdaki değişim bağlamında gelişen yeni problemlere yeni çözümler aramaya yönelik araştırmalar yapmaktadırlar. Bu noktada insanlık tarihinde doğayla kurulan ilişkinin anlaşılmasının önem taşıdığı düşünülmektedir. Goudsblom (1992,1994) insan ve doğa arasında kurulan ilişkideki güç dengesi değişiminin arkasında yatan temel gelişmelerden ilkinin, insanların ateşi nasıl yakacaklarını ve nasıl kontrol edeceklerini öğrenmeleri ile açıklamaktadır. Ateş, hayvanları yerleşim yerlerinden uzak tutarak insanların avlanma tekniklerini geliştirmelerinin ve yemek pişirmelerinin böylece daha iyi beslenmelerinin yolunu açmıştır. Tohumun ıslah edilmesiyle birlikte bireylerin bitki yetiştirmeyi öğrendiği, gezegenin biyoçeşitliliği üzerinde büyük etkisi olan tarımsal üretim dönemi başlamıştır (Goudsblom 2002b aktaran Saramago, 2023:203). Tarihsel açıdan ele alındığında Crutzen (2006), James Watt'ın 1784 yılında buhar makinesini tasarlamasıyla başlayan Sanayi Devriminin Antroposen Çağın başlangıç noktası olarak ele alınmakta olduğunu belirtmektedir. Sosyal ve doğal sistemlerin iç içe geçmesiyle birlikte bireylerin çevre üzerindeki etkisi, geri dönüşü olmayan sonuçlara yol açacak kadar geniş bir alana yayılmıştır (Arias-Maldonado, 2015:74). Bu nedenle bireylerin dünyanın ekolojik sistemlerini şekillendiren önemli bir güç haline geldiği (Crutzen 2002 aktaran Saramago, 2023:191) ve bireylerin etkisiyle doğanın geri döndürülemez dönüşümüne damga vuran yeni bir çağa girildiği ifade edilmektedir (Crutzen ve Stoermer 2000 aktaran Arias-Maldonado, 2015:73). Nobel ödüllü kimyager Paul J. Crutzen bireylerin dünya üzerinde verdiği zararı tanımlayacak yeni jeolojik çağ için “antroposen” kavramını önermiştir. Paul Crutzen ve Eugene F. Stoermer 2000 yılında antroposene atıfta bulunan bir makale yayınlarak Holosen Çağın (Yeni Çağ) sona erdiğini ve Antroposen Çağın (İnsan Çağı) başladığını belirtmişlerdir (Dong ve Hauschild, 2017:1257). Holosen Çağdaki iklim sisteminin önemli bir özelliği, karbon döngüsünü düzenleyen gezegendeki ve atmosferdeki tüm yaşam ağı arasındaki sıkı ilişkidir (İnsani Gelişme Endeksi, Human Development Indeks, HDI, 2020:50). Antroposen Çağ, büyük ölçüde insan faaliyetleri kaynaklı jeolojik çağ olarak tanımlanmaktadır (Steffen vd., 2011:843).

Dünya, insan kaynaklı nedenlerle artan bir hızla değişmekte ve bunun sonucunda da iklim değişikliği ve biyolojik çeşitlilik kaybı krizleri yaşanmaktadır (Fu, Meadows ve Zhao 2022:1). Sanayi Devriminden itibaren dünyada önemli antropik değişiklikler / dönüşümler yaşanmakta ve bu dönüşümlerde mera, ekin ve insan yerleşimi amacıyla artan arazi kullanımına yol açmaktadır (De Souza vd., 2021:15100). Benzer şekilde Giddens'da (1990), çevresel sorunlardan

sanayileşmeyle birlikte kapitalizmin sorumlu olduğunu belirterek özellikle çevre sorunlarını modern sanayi toplumlarına ve gelişmekte olan ülkelerdeki sanayi sektörlerine atfetmektedir. Sanayi öncesi toplumlarda doğal afet kaynaklı risklerin sanayi toplumlarında değiştiğini belirten Beck (2011) risk toplumlarını canlıların yaşamına yönelik karşı konulamaz artan çevresel bozulma üzerinden açıklamaktadır. 18. yüzyılın ortalarından itibaren Sanayi Devrimi (Goudsblom 2002a) ve sanayileşmeyi karakterize eden fosil yakıtların fazlaca kullanılması, sera gazlarının salınması, insan nüfusunun hızla artması antroposferin radikal bir şekilde daha fazla genişlemesine yol açmaktadır. Belirtilenlerin yanı sıra yaşam alanlarının genişletilmesi ve plastik gibi sentetik ürünlerin kullanılması da çevreyi kirleten diğer faktörler arasında yer almaktadır (Goudsblom 2002a ve 2002b aktaran Saramago, 2023:203). Sanayileşmeyle birlikte ekonomik genişlemenin küresel anlamda çevre için endişe verici sonuçları olduğu konusunda da genel bir fikir birliği vardır. Ozon tabakasının incilmesi, hava kirliliği, ormanların ve biyoçeşitliliğin kaybı, bitki ve hayvan türlerinin yok olması, deniz yaşamının kaybı, toprak ve su kirliliği endişe verici oranlardır. Özellikle savaş sonrası yıllarda çevreye zehirli maddelerin salınması, nükleer enerjinin dünya çapında yaygınlaşması, asit yağmurları, yeni kimyasal pestisitler, biyolojik olarak parçalanamayan plastikler ve diğer zararlı kimyasallar yaşamın kendisini tehdit eder hale gelmektedir (Munshi, 2000: 253). Belirtilenlere ek olarak Amoah ve Addoah (2021:2719)'da gezegenin küresel ısınma, sanitasyon, hava kirliliği, su kıtlığı gibi bireylerin yaşam kalitesini ve çevresel sürdürülebilirliğini tehdit eden çevresel sorunlarla karşı karşıya olduğunu belirtmektedir. Passerini (199867)'de virüs salgını, orman tahribatı, aşırı avlanma, zehirli sızıntı, Batı ülkelerindeki karbondioksit üretimi, az gelişmiş ülkelerdeki nüfus artışı gibi bir zamanlar oldukça yerel sorunlar olarak görülen çevreye dair her konunun artık küresel sorunlar olduğunu vurgulamaktadır. Hayatın doğal koşullarının ihlali, tüm insanlık için toplumsal, ekonomik ve tıbbi tehditlere dönüşmektedir (Beck, 2011:122). Bu noktada doğa üzerindeki insan baskısı nedeniyle yaşanan çevre sorunlarını toplumun nasıl değerlendirdiğini anlamak gerekmektedir (De Souza vd., 2021:15100). Diğer taraftan küresel ölçekte iklim değişikliği gibi çevre sorunları artan bir endişe kaynağı olmakla birlikte Sales vd., (2023) toplumların çevre sorunlarının ciddiyetinin ne derece farkında olduğunu belirsizlik taşıdığını belirtmektedirler. Yaşanılan değişimlerin anlaşılabilir olarak çözülmesine yönelik politikalar geliştirilebilmesi pek çok nedene göre değişebilmektedir. Bununla birlikte değişimlerin olumsuz sonuçları hem fiziksel hem de algısal düzeyde farklılıklar taşımaktadır (Hoegh-Guldberg vd., 2019, Milfont ve Demarque 2015 aktaran Awuh vd., 2022:4593). Diğer bir ifadeyle çevresel değişimlerin nedenleri ve sonuçlarının algılanması

zamansal açıdan farklılık gösterebilmektedir. Bu durum çevreye dair önleyici ve onarıcı politikaların hazırlanmasında farklılıklara yol açabilmektedir. Örneğin sel, kasırga, deprem gibi doğa olaylarının aniden ortaya çıktığı düşünülürken ani hava değişimlerinin nedenleriyse tarihsel açıdan uzun bir zaman sürecini kapsamaktadır. Toplumlari sistematiik anlamda inceleyen bir disiplin olarak sosyoloji Mills tarafından belirtildiğı gibi sosyolojik imgelem aracılığıyla yaşamlarımızın; bireysel, toplumsal ve tarihsel boyutları arasındaki bağlantıları göz önünde bulunduran bir kavrayışa dikkat çekmektedir (Marshall, 1999:506). Çevresel değişimin bireylerin yaşamları üzerindeki sonuçlarının öncelikle sosyal bilimciler tarafından ele alınması gerektiğı görüşü giderek daha fazla kabul edilmektedir. Daha açık bir ifadeyle; doğa bilimcileri, toplumun çevresel konulara nasıl tepki verdiğinin teknik temellerden ziyade sosyal eylem, kurumlar, organizasyonlar, ilişkiler, kültür, motivasyon, değerler, anlamlar, normlar ve diğeri sosyal süreçleri içeren sosyal temellere sahip olduğunun farkındadırlar. Sosyal eylemi yönlendiren güçler, gelecekteki eğilimler, insanların ve kurumların nasıl hareket ettikleri ve bunlara nasıl tepki verdikleri hakkındaki sorular fizik bilimcilerin tek başlarına cevaplayamayacakları önemli soru örneklerini oluşturmaktadır (Passerini, 1998:62). Toplumsal gerçeklik, içine doğduğumuz giderek daha fazla farkına vardığımız ve içinde üzerimize düşeni yaptığımız insan etkinliklerinin büyük ve kesintisiz akışıdır. Bu faaliyetler insan bilincinde devam eder, yani psişiktir; aynı zamanda sosyo-fiziksel olguları oluşturan ellerin ve aletlerin, dillerin ve kalemilerin hareketlerinde -insanların bedenlerinde ve yapıtlarında- kendilerini göstermektedirler (Hayes, 1908:371). Bu çalışmada, sosyolojik açıdan sürdürülebilirlik ve sürdürülebilir kalkınma kavramlarının çevresel göstergeler ve refah bağlamında ele alınması konu edilmiştir. Çalışmada çevre ve çevresel sorunlara değilinilerek sürdürülebilirlik ve sürdürülebilir kalkınma kavramlarına ilişkin olarak yapılan çalışmalara betimsel bir şekilde yer verilmesi amaçlanmıştır.

ÇEVRE VE ÇEVRESEL SORUNLAR

Dar anlamda çevreden, insanların yaşamlarını sürdürdükleri ortam anlaşılmaktadır. Geniş anlamda, canlı yaşamını etkileyen tüm etmenler çevreyi oluşturan öğelerdir. Hem canlı (biyotik çevre) hem de cansız varlıklar (abiyotik) çevre kavramının içindedir (Keleş, 2016:19). Bireyler, doğadaki diğeri canlılara göre daha fazla davranışsal esneklik sergilemektedirler. Bu özellik, bireylerin birbirleriyle ve doğayla olan ilişkilerinin teknoloji ve sembolik iletişimleriyle ilgilidir. Belirtilen aracılık bireylerin, kapasitelerini geliştirdikleri nesiller arası biriken öğrenme süreçlerine elverişli yollarla dünyanın insan ve insan olmayan

kısımları hakkında sembolik olarak kodlanmış bilgi stoklarını önemli ölçüde genişletmelerine izin vermektedir (Saramago, 2023:199).

Bireylerin doğa ile kurmuş oldukları ilişkinin anlaşılması kuramsal açıklamaların yanı sıra çevresel sorunların çözümü açısından da önem taşımaktadır. Çevre konusu kuramsal açıdan ele alındığında kuramların odağının bireylerin çevreyle kurmuş oldukları ilişki üzerinden temellendiğini söylemek mümkündür. Öncelikle çevre, yaşam için gerekli ve en önemli kaynaklar arasında yer alan temiz hava, su, yiyecek ve barınak sağlamaktadır. İnsan için “geçim üssü” sağlayan çevre, toplumların “malzeme deposu” olarak da düşünülebilir. Diğer taraftan kaynakları tüketme sürecinde tüm türler gibi insanlarda diğer türlerin ürettiğinden çok daha fazla miktarda ve çeşitlilikte atık ürün üretmektedirler. Bu nedenle çevre atıklar için bir “lavabo” veya “atık deposu” görevi görmektedir. Atık ürünler ne zaman ki bir ortamın onları absorbe etme yeteneğini aşar o zaman sonuç kirliliktir (Dunlap ve Marshall 2007:330). Artan çevresel kirlilikle birlikte çevre konusuna yönelik ilgi artış göstermiştir. Dunlap'a göre, 1973-1974 yaşanan enerji krizi sanayileşmiş toplumun fosil yakıtlara olan bağımlılığının yanı sıra su ve hava kirliliğine yönelik farkındalığın artması da 1970'li yıllarda çevreye dair araştırmaların gelişmesine katkıda bulunmuştur (Dunlap ve Jorgenson 2012:2). 1970'lerin ortalarından itibaren sosyologlar çevre sorunlarına karşı duyarlı hale gelmeye başlamıştır (Dunlap ve Catton, 1979:250). Bu nedenle sosyolojinin bir alt disiplini olarak çevre sosyolojisi alanı gelişmiştir. Çevre sosyolojisinde; çevresel tutumlar, değerler ve davranışlar, çevre hareketi, teknolojik risk ve risk değerlendirmesiyle birlikte çevre politikası araştırılmaktadır (Buttel, 1987:465). Çevre sosyolojisi, fiziksel çevrenin insan toplumlarını ve davranışlarını etkileyebileceği ve dolayısıyla onlardan etkilenebileceği gerçeğinin kabul edilmesini içermektedir (Dunlap ve Catton, 1979:244). Çevre konusunun kuramsal olarak ele alınması öncelikle insanı istisnai bir konuma yerleştiren İnsan İstisnai Paradigma ile olmuştur. Dunlap ve Catton (1979) insan toplumlarının ekolojik temellerini vurgulamayı amaçlayan Yeni Ekolojik Paradigmayı geliştirmişlerdir.

Kapsayıcılığı nedeniyle çevreye dair herhangi bir sorunun yerel düzeyde ele alınarak değerlendirilmesi çevresel sorunların çözümünü güçleştirmektedir. Beck (2011:69)'de çevre sorunlarının ancak sınırları aşan görüşmeler ve uluslararası anlaşmalarla nesnel açıdan anlamlı bir şekilde çözümlenebileceğini buraya giden yolunda askeri ittifakları aşan konferanslar ve uzlaşmalardan geçmekte olduğunu belirtmektedir. Dünyanın karşı karşıya olduğu çevre sorunlarını ele almak için hem küresel hem de ulusal düzeyde politikalar ve programlar uygulanması gerektiğini Amoah ve Addoah (2021)'da ifade etmektedir. Bu nedenle uluslararası kuruluşlar tarafından çeşitli çevre

komisyonları kurularak konferanslar düzenlenmekte ve toplantılar yapılmaktadır. Çevreyle ilgili uluslararası örgütlere örnek olarak Birleşmiş Milletler Çevre Programı (UNEP), Birleşmiş Milletler İnsan Yerleşimleri Programı (UN-HABITAT), Birleşmiş Milletler Dünya Gıda Programı (WFP), Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü (FAO), Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP), Birleşmiş Milletler Nüfus Fonu (UNFPA), Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD) verilebilir. Türkiye’de; Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı başta olmak üzere Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı, Kültür ve Turizm Bakanlığı, Sağlık Bakanlığı, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Tarım ve Orman Bakanlığı ve Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı çevreye dair çalışan resmi kurumlar arasında yer almaktadır.

Çevre ve çevresel sorunlara dair düzenlenen konferanslar arasında 1972 yılındaki İsveç Stockholm’de düzenlenen Birleşmiş Milletler İnsan Çevresi Konferansı (United Nations Conference on the Human Environment, 5-16 Haziran 1972) önem taşımaktadır. Konferans sonucunda çevresel eylem planı hazırlanmış ve 5 Haziran Dünya Çevre Günü ilan edilmiştir. 1983 yılında Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu (World Commission on Environment and Development, WCED) kurulmuştur. 1983 yılında kurulan Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu (World Commission on Environment and Development, WCED) 1987 yılında Ortak Geleceğimiz başlıklı rapor yayınlamıştır. Bu Rapor Komisyon başkanı Gro Harlem Brundtland’ın ismiyle kısaca Brundtland Raporu (1987) olarak anılmaya başlamıştır. 1992 yılında Rio de Janeiro’da Birleşmiş Milletler Çevre ve Kalkınma Konferansı (Rio Konferansı) gerçekleştirilmiştir. Bu konferansla birlikte çevreye ve sürdürülebilir kalkınma konularına uluslararası ilgi artmıştır (Hellerstein vd., 2019:5). 1997 yılında Kyoto Protokolü (Kyoto Protocol) kabul edilmiştir. 2002 yılında Johannesburg’da Dünya Sürdürülebilir Kalkınma Zirvesi (World Summit on Sustainable Development, WSSD) gerçekleştirilmiştir. 2011 yılında Sürdürülebilir Kalkınma için Uluslararası Çerçeve (International Framework for Sustainable Development, IFSD) belirlenmiştir. 2012 yılında, Rio de Janeiro’da Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Konferansı (Rio+20) düzenlenmiştir. Rio+20 Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Konferansı’nda, sürdürülebilirliğe yönelik dönüşümleri desteklemek için gereken bilgileri sağlamak üzere büyük küresel değişim araştırma programı “Future Earth: Research for Global Sustainability” başlatılmıştır. Bu programla, farklı disiplinlerde karmaşık dünya sistemleri ve insan dinamikleri hakkındaki anlayışı derinleştirmeye çalışan sistem tabanlı yaklaşımlara odaklanılmaktadır (Fu, 2020:2). Hem ulusal hem de uluslararası düzeyde çevre konusuna giderek artan şekilde önem verildiği anlaşılmaktadır. Yapılan konferanslar ve imzalanan protokollerin doğal kaynakların kullanımına,

üretim ve dağıtım aşamasında harcanan enerjiyle birlikte sürdürülebilir kalkınma hedefleri bağlamında eşitliğe ve erişilebilirliğe odaklanmakta olduğu söylenebilir.

SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VE SÜRDÜRÜLEBİLİR KALKINMA

Brundtland Raporu ile başlayan ve sonrasında gerçekleştirilen konferanslarla önemi vurgulanan sürdürülebilirlik kavramı farklı disiplinler tarafından ele alınmaktadır. Raporun başlıca savını Keleş (2016:6), sürekli ve dengeli gelişme olarak açıklayarak zengin ulusların yeryüzünün çevrebilimsel olanakları elverdiği ölçüde yeni bir yaşam biçimini benimsemesi olarak açıklamaktadır. Sürdürülebilirlik en dar anlamıyla; dünyanın tüm bölgelerinde insanların hayatta kalması, daha geniş anlamıylaysa insanların salt biyolojik olanın ötesinde bir yaşam kalitesinden yararlandığını ifade ederken en geniş anlamda da tüm bileşenlerin kalıcılığını içermektedir (Brown vd., 1987:717). Genel olarak sürdürülebilirliğin yaygın olarak kabul edilen tanımı, nesiller arası eşitliği de dikkate alan ve doğal kaynak temellerinin sınırlarını aşmayan bir insan refahı vizyonunu taşımasıdır. Diğer bir ifadeyle sürdürülebilirlik; gelecek nesillerden borç almayan, mevcut nesiller odaklı yaşamayan bir toplum vizyonu olarak değerlendirilmektedir (Passerini, 1998:60). Sürdürülebilirlik veya sürdürülebilir kalkınma kavramları giderek önem kazanarak ilgili kavramlar pek çok politikacı, çevreci, iş ve bilim insanı tarafından kullanılmaktadır. Ekolojik sınırlar içinde yaşama düşüncesi asırlık bir geçmişe sahip olmasına ve 1970'lerin çevre hareketiyle daha da ivme kazanmasına rağmen, 1980'lerin sonlarına kadar çok tartışılan bir konu haline gelmemiştir. Sürdürülebilirlik kavramı genellikle 'üç e' ekonomi, ekoloji ve (sosyal) eşitlik terimleriyle ele alınmaktadır (Passerini, 1998:60). Bu çalışmada da sürdürülebilirlik kavramı nesiller arası kaynakların adil kullanımı bağlamında değerlendirilmektedir.

Giderek küreselleşen dünyada kaynakların doğru kullanımıyla birlikte sürdürülebilir kalkınmanın sağlanması önem kazanmaktadır. Bireylerin ihtiyaçları temelde aynı olmakla birlikte küresel anlamda sürdürülebilirlik hem ülkeler arasında hem de aynı ülkedeki çeşitli farklılıklar nedeniyle farklı şekillerde ele alınmaktadır. Sürdürülebilir kalkınmanın küresel anlamda kapsayıcı olabilmesi için Kyoto Protokolü'nü takiben 2000 yılında Birleşmiş Milletler Binyıl Kalkınma Amaçları (Millennium Development Goals) belirlenmiştir. Birleşmiş Milletler'e üye olan 192 ülke tarafından 2000 yılından 2015'e kadar yerine getirilmesi planlanan sekiz hedef Birleşmiş Milletler Binyıl Kalkınma Amaçları (Millennium Development Goals) olarak adlandırılmıştır. Belirlenen hedefler; aşırı yoksulluk ve açlığın sona ermesi, küresel düzeyde ilköğretim eğitiminin sağlanması, toplumsal cinsiyet eşitliğinin desteklemesi ve

kadınların güçlendirilmesi, çocuk ölüm oranının azaltılması, anne sağlığının iyileştirilmesi, HIV/AIDS, sıtma ve diğer hastalıklarla mücadele edilmesi, çevresel sürdürülebilirliğin sağlanması ve son olarak da gelişme için küresel ortaklıklar kurmaktan oluşmaktadır (URL 1). Belirtilen Binyıl Kalkınma Amaçları'nın devamı niteliğinde, 2015 yılında Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları (Sustainable Development Goals) kabul edilmiştir. Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları 17 amaç ve 169 alt amaçtan oluşmakta ve 2030 yılına kadar belirtilen amaçların gerçekleştirilmesi amaçlanmaktadır. Bu amaçlar; yoksulluğa son, açlığa son, sağlık ve kaliteli yaşam, nitelikli eğitim, toplumsal cinsiyet eşitliği, temiz su ve sanitasyon, erişilebilir ve temiz enerji, insana yakışır iş ve ekonomik büyüme, sanayi, yenilikçilik ve altyapı, eşitsizliklerin azaltılması, sürdürülebilir şehirler ve topluluklar, kültürel ve doğal mirasın korunması, sorumlu üretim ve tüketim, iklim eylemi, sudaki yaşam, karasal yaşam, barış, adalet ve güçlü kurumlarla birlikte amaçlar için ortaklıklardan oluşmaktadır (URL 2). Binyıl Kalkınma Amaçları ile karşılaştırıldığında Dörffel ve Schuhmann (2020) Sürdürülebilir Kalkınma Amaçlarının küresel anlamda kapsayıcı olduğunu Arora-Jonsson (2023)'da insan hakları odağında ele alındığını belirtmektedir. Sürdürülebilir kalkınma amaçları sürdürülebilir kalkınmayı sadece yoksulluğun azaltılması bağlamında değil, genel olarak insan ve ekosisteme odaklanarak sosyal, ekonomik ve çevresel boyuta entegre ve sinerjik bir şekilde ele almaktadır (Costanza vd., 2016:350). Sürdürülebilirlik kavramının öneminden hareketle sürdürülebilir kalkınmanın sağlanabilmesinde küresel anlamda yoğun çaba gösterilmektedir. Yapılan açıklamaların gösterdiği gibi sürdürülebilirlik ve sürdürülebilir kalkınma yalnızca bireysel değil aynı zamanda toplumsal boyutta, yalnızca yerel boyutta değil küresel boyutta her yönüyle ele alınması gereken kavramlar olma özelliğini taşımaktadırlar.

ÇEVRESEL SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VE ÇEVRESEL GÖSTERGELER

Çevresel sürdürülebilirliğin sağlanması için toplumların, doğal kaynakların sağlayıcısı olan çevrenin sınırları içinde yaşamaya başlaması gerektiği ve arazi geliştirme ve doğa korumayı sentezleyen bir kentsel form arayışı savunulmaktadır (Basiago 1999:160). Çevresel sürdürülebilirliğe bağlı olarak ekonomik sürdürülebilirliğinin sağlanabileceğini Millar ve Hull (1997:148) belirtmektedir. Ekonomik anlamda sürdürülebilirlik ve sürdürülebilir kalkınma amaçlarının odağında refah yer almaktadır. Bireylerin refahını arttırmak amacı, ekonomik gelişmişlik düzeyi ne olursa olsun birçok topluma yol gösteren yaygın bir görüş haline gelmektedir. Politikacılar, sosyal ilerlemeyi değerlendirmek,

izlemek ve ilgili politikaları tasarlamak için refah önlemleri almaktadırlar (Im vd., 2020:220). Alatar-seva ve Barysheva (2016) refahı öznel, çok değerli, çok işlevli, çok yönlü, bağlamsal, durumsal ve çok anlamlı olarak tanımlamaktadır (aktaran Can vd., 2022:1044). Refahı ölçmeye yönelik çalışmalar sosyal göstergeler hareketi içinde geleneksel olarak nesnel bileşenlere yani insanların yaşam koşullarını yansıtan ve nüfus düzeyinde nicel olarak ölçülebilen sosyal ve ekonomik göstergelerden oluşmaktadır (King vd., 2014:686). Sürdürülebilirlik kavramının, sürdürülebilir kalkınma amaçları bağlamında ele alınmasında ve çözüme yönelik politikaların geliştirilmesinde çeşitli göstergeler kullanılmaktadır. Gösterge kavramının kökeniyse açığa çıkartmak veya işaret etmek, kamuya duyurmak, tahmin etmek veya bir fiyat koymak anlamına gelen Latince *indicare* fiiline dayanmaktadır (Hammond vd., 1995:1). Göstergelerin ana işlevini Gabrielsen ve Bosch (2003) bilgi sağlamak olarak belirtmektedir. Örneğin vücut ısısı bedensel sağlık hakkında kritik bilgiler sağlaması nedeniyle düzenli olarak kullanılan bir göstergedir. Göstergeler, yalnızca güçlü gözetim ve raporlama için yalnızca teknik araçlar değildir. Göstergeler aynı zamanda, toplumun ekolojik modernleşmesi sürecinin içeriği hakkında politik bir mücadele olarak adlandırılan unsurlar olma özelliğini taşımaktadır (Hajer 1992, aktaran Hatfield vd., 2020:1). Çevresel göstergelerse sürdürülebilirlik ve sürdürülebilir kalkınma hedeflerine yönelik bilgi vermektedir. Ayrıca çevresel göstergeler hemen algılanamayan bir eğilimi veya olguyu algılanabilir kılmaktadır. Örneğin, barometrik basınçtaki bir düşüş yaklaşan bir fırtınaya işaret edebilir. Dolayısıyla bir göstergenin önemi gerçekte ölçülenin ötesine geçerek daha büyük ilgilenilmesi gereken bir konuya dönüşebilir. Göstergeler doğası gereği sürekli değişen bir sistemin anlık görüntüsünü alırken göstergelere eşlik eden değerlendirmelerse dinamik ilişkileri vurgulamaktadır. Göstergelerle ilgili asıl önemli noktaysa, örneğin kuşların bolluğunun o belirli alandaki çevresel kalite ile ilgili olarak ilettiği mesajdır. Çevresel göstergeler, doğal türler ile çevresel sistemin abiyotik bileşenleri arasındaki karmaşık karşılıklı ilişkiler için kritik veya tipik olarak kabul edilen noktaları iletmektedir. Çevresel göstergeler; çevrenin veya doğal kaynakların durumu, değişimlerin neden kaynaklandığı ve mevcut durum hakkında neler yapılmakta olduğu sorularını içermektedir. Doğal dünyanın durumundaki değişikliklerin veya eğilimlerin göstergeleri (durum göstergeleri) ilk soruyu yanıtlarken, çevresel değişikliğe neden olan insan faaliyetlerinden kaynaklanan baskıların göstergeleri (baskı göstergeleri) ikinci soruyu yanıtlamakta çevresel sorunlara dair benimsenen politika önlemleriyse (tepki göstergeleri) üçüncü soruyu yanıtlamaktadır. Daha detaylı bir açıklamayla, çevrenin kalitesini veya durumunu ölçmeye yönelik durum göstergeleri özellikle insan faaliyetlerine odaklanmaktadır. Örneğin durum göstergeleri, stratosferik

ozon konsantrasyonları, kentsel hava kalitesi veya balık stokları ölçümlemlerini içermektedir (Hammond vd., 1995:1-11). Orman ve vahşi yaşam kaynakları, fosfor ve kükürt konsantrasyonu, göller veya havaalanlarının çevresindeki gürültü seviyesi durum göstergeleri olabilmektedir. Çevre üzerindeki baskı nedeniyle ortamın durumu değişime uğramaktadır. Bu değişiklikler insan ve ekosistem sağlığı gibi çevre üzerinde çeşitli etkilere yol açabilmektedir (Gabrielsen ve Bosch 2003:8). Çevre sorunlarının nedenlerini ele alan baskı göstergeleri çıkarma veya aşırı hasat yoluyla doğal kaynakların tükenmesi, çevreye kirleticilerin / atıkların salınması, altyapı geliştirme veya doğal ekosistemlerin başka kullanımlara dönüştürülmesi gibi müdahalelerden oluşmaktadır (Hammond vd., 1995:11). Çevresel göstergeler yaşam alanları hakkında çok yönlü bilgi sağlamaktadır. Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü (Organisation for Economic Co-operation and Development, OECD) tarafından yerel yaşam ortamımızın kalitesi, sağlığımız ve esenliğimiz üzerinde doğrudan bir etkiye sahip olarak ele alınmaktadır. Bozulmamış bir çevre zihinsel refahı arttırması, günlük hayatın stresinden kurtarması ve insanların fiziksel aktivite gerçekleştirmesini sağlayan bir memnuniyet kaynağı olma özelliğini taşımaktadır. Örneğin yeşil alanlara erişim, yaşam kalitesinin önemli bir parçasıdır. Ayrıca, ekonomi yalnızca sağlıklı ve üretken işçilere değil, aynı zamanda su, kereste, balıkçılık, bitkiler ve ekinler gibi doğal kaynaklarada dayanmaktadır. Bu nedenle çevreyi ve doğal kaynakları korumak, hem bizim neslimiz hem de gelecek nesiller için uzun vadeli bir öncelik olmaya devam etmektedir. OECD'deki her ülkenin tüketim, hava ve su kirliliği, iklim, endüstri ve ticaretteki farklılıklar nedeniyle kendine özgü çevresel kaygıları vardır. Ancak, iklim değişikliği ve ozon tabakasının yok edilmesi gibi belirli çevre sorunları ulusal sınırları aşması nedeniyle ülkelerin birlikte çalışmasını gerektirmektedir (URL 3). Temiz suya erişim, hava kirliliği ve yeşil alan kullanımı önemli çevresel göstergeler arasında yer almaktadır. Sürdürülebilir politikaların benimsenmesiyle birlikte bireysel ve toplumsal anlamda yaşam kalitesi ve yaşam memnuniyetinin artması beklenmektedir. Bu nedenle çevreye dair pek çok politika benimsenmektedir. Ülkemizde de çevre alanında ilk bağımsız yapılanma, 1973 yılında “Çevre Sorunları Koordinasyon Kurulu”nun oluşturulmasıyla gerçekleştirilmiştir. Bu kurul 1974 yılında “Çevre Koordinasyon Kurulu”na dönüştürülmüştür. 1978 yılında da çevrenin korunmasına yönelik temel politikaların belirlenmesi, konuyla ilgili plan ve projelerin hazırlanması, bunların uygulanmasında ilgili bakanlık ve kuruluşlar arasında koordinasyonun sağlanması amacıyla “Başbakanlık Çevre Örgütü” kurulmuştur. 2011 kurulan Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, 29 Ekim 2021 tarihinde Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı ismini almıştır (URL 4). Sürdürülebilirliğin öneminin

kavranarak sürdürülebilir kalkınmanın sağlanabilmesi için bireysel ve toplumsal düzeyde çeşitli kazanımlara ulaşılması gerekmektedir. Bu noktada farklı sorumluluklar bulunmaktadır. Nasıl ki kavramsal açıdan sürdürülebilirliğin tanımında gelecek kuşaklara atıf varsa doğal kaynakların öneminin kuşaktan kuşağa aktarılaraq bireysel farkındalığın kazandırılmasında önemli olduğu söylenebilir. Piscitelli ve D'Uggento'de (2021:1468) rollerine göre hem şirketleri hem de vatandaşları içeren, kolektif sorumluluk düzeyinde daha geniş bir farkındalığa ihtiyaç duyulduğunu belirtmektedir. Çevresel davranışın; su ve elektrik tasarrufu yapmasını, enerji tasarruflu ev aletleri kullanmasını, çevre temizliği etkinliklerine katılınmasını, atıkları ayırarak belirli toplama noktalarına teslim edilmesini, geri dönüştürülmüş malzemelerden yapılan ürünlerin satın alınmasını, zararlı emisyon içermeyen araçların kullanılmasını, çevre eylem ve mitinglere katılımı içerdiği fakat bu davranışların ekolojik eğitim ve bölgesel ekolojik bilgi gerektirdiği ifade edilmektedir (Shutaleva vd., 2022:3).

Sonuç

Doğa bilimlerinden, genetik mühendisliğine kadar oldukça geniş bir disiplin yelpazesinde yer alan çevre konusunun disiplinlerarası bakış açısıyla ele alınması gerektiği açıktır. Disiplinlerin yaklaşımları farklı olsa da çevre konusundaki hassasiyetin ortak olduğu düşünülmektedir. Sosyolojik bakış açısı mevcut durumun farklı yönleriyle anlaşılması ve açıklanmasında rol oynamakta bu nedenle de çevreye dair sosyolojik düşünmek önem taşımaktadır. Bireylerin kendi ihtiyaçlarının ötesinde gelecek nesiller açısından nasıl bir yaşam ortamı bırakacaklarının düşünülmesi / kendilerine düşündürülmesi gerekmektedir. Kurumlar düzeyinde siyaset kurumundan aile kurumuna kadar ekonomik büyüme ve kültürel değerler bağlamında çevrenin önemi üzerinde durulmalıdır. Çevre ve çevresel sorunlara sürdürülebilirlik ve sürdürülebilir kalkınma bağlamında yapılacak olan araştırmaların adil gelir dağılımının, temiz suyun ve gıdaya erişebilirliğin sağlanabilmesi noktasında dünya genelinde kıtlığın, hijyen sorunlarının, gelir dağılımı ve toplumsal adaletsizlik kaynaklı oluşabilecek sorunların önüne geçilebilmesinde yol göstericiliği bağlamında rol oynayacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Amoah, A., ve Addoah T. (2021). Does environmental knowledge drive pro-environmental behaviour in developing countries? Evidence from households in Ghana, *Environment, Development and Sustainability: A Multidisciplinary Approach to the Theory and Practice of Sustainable Development*, 23(2), 2719-2738.
- Arora-Jonsson, S. (2023). The sustainable development goals: A universalist promise for the future. *Futures*, (146), 103087.
- Arias-Maldonado, M. (2015). *The Coming of the Anthropocene* In: Environment and society: Socionatural relations in the Anthropocene. Edited by: M. Arias-Maldonado. Springer International Publishing Cham.
- Awuh, H.E., Elbeltagy, R. ve Awuh, R.N. (2022). In the midst of every crisis, lies great opportunity? Analysing environmental attitudes in the face of The Covid-19 Pandemic. *Geo Journal*. 87(6), 4579-4597.
- Basiago, A.D. (1998). Economic, social, and environmental sustainability in development theory and urban planning practice. *The Environmentalist* 19, 145–161
- Beck, U. (2011). *Risk Toplumu Başka Bir Modernliğe Doğru*. Kazım Özdoğan ve Bülent Doğan (Çev. Ed.). İthaki Yayınları.
- Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (United Nations Development Programme, UNDP) (2020). Human Development Report 2020, <http://hdr.undp.org/en/content/human-development-index-hdi>, (Erişim Tarihi: 14.07.2023
- Brundtland Report. (1987). https://www.are.admin.ch/are/en/home/media/publications/sustainable_development/brundtland-report.html erişim tarihi 10.09.2023
- Brown, B. J., Hanson, M. E., Liverman, D. M., & Merideth, R. W. (1987). Global sustainability: Toward definition. *Environmental Management*, 11(6), 713–719
- Buttel, Frederick H. (1978). Environmental Sociology: A New Paradigm? *The American Sociologist*, 13, 252-256.
- Can, B., Ahmed, Z., Ahmad, M., & Can, M. (2022). Do renewable energy consumption and green trade openness matter for human well-being? Empirical evidence from european union countries. *Social Indicators Research*, 164(3), 1043-1059.
- Crutzen, P.J. (2006). The “Anthropocene”. In: Ehlers, E., Krafft, T. (eds) *Earth System Science in the Anthropocene*. Springer, Berlin, Heidelberg.
- Costanza, R., Daly, L., Fioramonti, L., Giovannini, E., Kubiszewski, I., Mortensen, L. F., ... & Wilkinson, R. (2016). Modelling and measuring

- sustainable wellbeing in connection with the UN Sustainable Development Goals. *Ecological Economics*, 130, 350-355.
- De Souza, A. F., Da Cunha, A. C., ve Cunha, H. F. A. (2021). The environmental attitude of the urban population living in Macapá City, Brazilian Amazon region. *Environment, Development and Sustainability*, 23(10), 15100–15117.
- Dong, Y., & Hauschild, M. Z. (2017). Indicators for environmental sustainability. *Procedia Cirp*, 61, 697-702.
- Dörffel, C., & Schuhmann, S. (2022). What is inclusive development? Introducing the multidimensional inclusiveness index. *Social Indicators Research*, 162(3), 1117-1148.
- Dunlap, R. E., & Marshall, B. (2007). *Environmental sociology*. (Vols. 1-2). SAGE Publications, Inc.,
- Dunlap, R. E., & Jorgenson, A. K. (2012). Environmental problems. *The Wiley-Blackwell Encyclopedia of Globalization*
- Dunlap, R. E., & Catton, W. R. (1979). Environmental Sociology. *Annual Review of Sociology*, 5, 243–273.
- Fu, B., Meadows, M. E., & Zhao, W. (2022). Geography in the Anthropocene: Transforming Our World for Sustainable Development. *Geography and Sustainability*, 3(1), 1-6.
- Fu, B. (2020). Promoting geography for sustainability. *Geography and Sustainability*, 1(1), 1-7.
- Gabrielsen, P., ve Bosch, P. (2003). Environmental indicators: Typology and use in reporting. *EEA, Copenhagen*.
- Giddens, A. (1990) *The Consequences of Modernity*. Polity Press in Association with Basil Blackwell, Oxford.
- Hayes, E. C. (1908). Sociology and psychology; sociology and geography. *American Journal of Sociology*, 14(3), 371-407.
- Hammond, A., Adriaanse, A.H., Rodenburg, E., Bryant, D., & Woodward, R.T. (1995). Environmental indicators: a systematic approach to measuring and reporting on environmental policy performance in the context of sustainable development.
- Hatfield, J.L., Antle, J., Garrett, K.A. *et al.* (2020). Indicators of climate change in agricultural systems. *Climatic Change*, 163, 1719–1732.
- Hellerstein D., Vilorio D., ve Ribaldo M., *Agricultural Resources and Environmental Indicators*, United States Department of Agriculture, Economic Research Service Economic Information Bulletin Number 208, May 2019.

- Im, D.-K., Koo, H., & Park, S.-H. (2020). Similar but different: uncovering the multiple pathways to life satisfaction in Asia. *Journal of Asian Sociology*, 49(2), 219–252.
- Keleş R. (2016). İnsan Çevre Toplum, İmge Kitabevi Yayınları.
- King, M. F., Renó, V. F., ve Novo, E. M. (2014). The concept, dimensions and methods of assessment of human well-being within a socioecological context: A literature review. *Social Indicators Research*, 116, 681-698.
- Kyoto Protokolü. (1997). <https://iklim.gov.tr/kyoto-protokolu-i-35> erişim tarihi 16.06.2023
- Marshall, G., (1999). Sosyoloji Sözlüğü, Osman Akınhay ve Derya Kömürcü (Çev.), Bilim ve Sanat Yayınları.
- Millar, J. S., ve Hull, C. (1997). Measuring human wellness. *Social Indicators Research*, 40 (1/2), 147–158.
- Munshi, I. (2000). Environment in Sociological Theory, *Sociological Bulletin*, 49 (2): 251-66.
- Passerini, E. (1998). Sustainability and Sociology, *The American Sociologist*, 29, 59–70.
- Piscitelli, A., ve D’Uggento, A.M. (2022). Do young people really engage in sustainable behaviors in their lifestyles?, *Social Indicator Research*, 163, 1467–1485
- Sales, R.G., Rodríguez S., Yáñez A.A. et al.. (2023) Degree of Importance of Demographic and Socio-Cultural Factors in Environmental Perception: Bases for The Design of Public Policies in Argentina and Spain. *Environment, Development and Sustainability*, 1-20
- Saramago,A.(2023). Dualism and anti-dualism in the anthropocene, *Historical Social Research / Historische Sozialforschung*, Special Issue: Long-Term Processes in Human History 48 (1), 190-212.
- Shutaleva, A., Martyushev, N., Nikonova, Z., Savchenko, I., Abramova, S., Lubimova, V., & Novgorodtseva, A. (2021). Environmental behavior of youth and sustainable development. *Sustainability*, 14(1), 250.
- Steffen, W., Grinevald, J., Crutzen, P. ve McNeill, J. (2011). The Anthropocene: Conceptual and Historical Perspectives, *Phil. Trans. R. Soc. A*.369 842–867
- Türkiye Cumhuriyeti Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı <https://csb.gov.tr/81-ilin-hava-kalitesi-ulusal-hava-kalitesi-izleme-agi-ile-7-gun-24-saat-takip-ediliyor-bakanlik-faaliyetleri-38711> erişim tarihi 09.08.2023.
- URL 1, News on Millennium Development Goals, <https://www.un.org/millenniumgoals/> erişim tarihi 01.07.2023.

URL 2, Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları, <https://turkiye.un.org/tr/sdgs> erişim tarihi 17.08.2023.

URL 3, Organisation for Economic Co-Operation and Development, OECD, Better Life Indeks.

<https://www.oecdbetterlifeindex.org/topics/environment/> erişim tarihi 10.07.2023.

URL 4 <https://csb.gov.tr/tarihcemiz-i-7012> erişim tarihi 23.07.2023.

50. Bölüm

Akıllı Otellerde Büyük Veri Analizinin Rolü

Derya BAYKAL BAYSAL¹

¹ Araştırma Görevlisi; Ardahan Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, Turizm İşletmeciliği, deryabaysal@ardahan.edu.tr, ORCID:0000-0002-8831-245X

ÖZET

Günümüzde gelişen teknolojinin sunduğu imkanlar neticesinde turizm literatüründe de akıllı oteller, akıllı destinasyonlar, akıllı otel yönetimi, akıllı destinasyon yönetimi, turizmde dijitalleşme, akıllı turizm uygulamaları gibi konularda çalışmaların gerçekleştiği görülmektedir.

Akıllı otellerde büyük veri analizi, otellerin veri toplama ve toplanan verilerin analizi aşamasında büyük rol oynayan bir araçtır. Gerçekleştirilen büyük veri analizi, otellerin misafir tercih ve değerlendirmeleri hakkında bilgi sahibi olmaları ve istenilen nitelikte hizmet sunmak üzere iyileştirme sürecine girmelerinde önemlidir. Büyük veri analizi akıllı otellerde kişiselleştirilmiş hizmet sunma, pazarlama stratejileri belirleme ve rekabet avantajı sağlama noktasında önem arz etmektedir. Aynı zamanda akıllı otellerde operasyonel verilerin analizi otellerin enerji tüketimi konusunda duyarlı olmalarını sağlayabilmekte ve bu durum sürdürülebilir turizm penceresinden bakıldığında önemli kabul edilmektedir.

Çalışmanın amacı akıllı otellerde büyük veri analizi rolünün ne olduğuna ilişkin çıkarımda bulunmak ve veri analizi ile elde edilen bulgular ışığında hem otel yönetiminin hem de misafir deneyiminin geliştirilebilirliğini değerlendirmek olarak belirlenmiştir. Bu kapsamda doküman analizi yöntemi kullanılarak ikincil kaynaklardan faydalanılmıştır.

Çalışma neticesinde, büyük verinin otel işletmeleri için önemli bir kaynak olduğu rekabet avantajı elde etme noktasında ise önemli bir araç olarak değerlendirilmesi gerekliliği sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Akıllı Otel, Büyük Veri, Büyük Veri Analizi, Sürdürülebilirlik, Sürdürülebilir Otel Odaları

GİRİŞ

Turizm ülke ekonomilerine katkı sunan sektörlerden biri olarak bilinmektedir. Özellikle gelişmekte olan ülke ekonomileri için turizm vazgeçilemez niteliktedir. Büyük ölçüde doğal kaynaklara dayalı olarak varlığını sürdüren turizm sektörü faaliyetlerinin sürdürülebilir özellikler göstermesi ve yeni teknolojileri kullanabilir olması beklenmektedir.

Konaklama işletmelerinde, enerji maliyetlerinin düşürülmesi, personel verimliliğinin gözetilmesi, misafir istek ve ihtiyaçlarının hızlıca karşılanabilmesi ve kişisel hizmet vermek üzere çalışmak günümüzde akıllı teknolojiler sayesinde mümkün olabilmektedir. Akıllı teknolojinin sunmuş olduğu ürün ve hizmetlerin işletmeye entegre edilmesi neticesinde müşteri memnuniyetinin artması, rekabet avantajı elde edilmesi gibi işletme için önemli sonuçlar ortaya çıkmaktadır.

Akıllı otel, konuk deneyimini geliştirmek, otel operasyonlarını kolaylaştırmak ve sürdürülebilirliği iyileştirmek için çeşitli gelişmiş teknolojileri ve sistemleri bir araya getiren bir otel türünü ifade etmektedir. Akıllı oteller, birçok süreci otomatikleştirmek ve konukların otelle yeni ve yenilikçi yollarla etkileşime girmesini sağlamak için nesnelerin interneti (IoT- Internet of Things) cihazlarını, yapay zekâyı (AI-Artificial Intelligence) ve diğer en son teknolojileri kullanır. Misafir deneyimini iyileştirmenin yanı sıra akıllı oteller, enerji kullanımını ve personel seviyelerini optimize etmek için görevleri otomatikleştirerek ve veri analitiğini kullanarak operasyonel maliyetleri de azaltabilmektedir. Örneğin, sensörler oda doluluğunu izlemek için kullanabilmekte ve otelin doluluk seviyelerine göre ısıtma, soğutma ve aydınlatmayı ayarlamasına ve enerji israfını en aza indirilmesine olanak sağlanmaktadır. Genel olarak akıllı oteller, misafirler için sorunsuz ve kişiselleştirilmiş bir deneyim sunmayı ve aynı zamanda otel operasyonlarının verimliliğini arttırmayı amaçlamaktadır.

BÜYÜK VERİ ANALİZİ

Günümüzde yaşanan teknolojik gelişmelerin yanı sıra sosyal medya, sanal topluluklar ve ağlardaki gelişmeler, büyük ölçekli veri değişkenliği çağına katkıda bulunan veri paylaşımını kolaylaştırmaktadır. Büyük veri analizi verilerden yararlı bilgiler elde etmek için kullanılan veri işleme teknikleridir (Stylos vd., 2021).

Monino ve Sedkaoui (2016) büyük veriyi, kuruluş için kullanılan veri hacminin kritik bir düzeye ulaştığı ve bunun için yeni teknolojik depolama, işleme ve kullanım yöntemleri ve yaklaşımları gerektiğinde kullanılan terim olarak tanımlamıştır (akt. Doğan ve Arslantekin, 2016).

Büyük veri, çeşitli kaynaklardan toplanan, depolanan ve analiz edilen büyük miktarda yapısal ve yapısal olmayan veriler şeklinde tanımlanmaktadır. Ancak

büyük veri sadece büyüklük ölçütü ile değil, geleneksel veri yönetim ve analiz araçları ile işlenemeyen bu nedenle bu yaklaşımların iyileştirilmesi ya da yeni yaklaşımların geliştirilmesini zorunluluk haline getiren veriler olarak ifade edilmektedir (Baysal ve Bayılmış, 2019). Son yıllarda işletmeler performanslarını geliştirmek üzere veri toplamakta ve analiz etmektedirler (Camilleri, 2019).

Büyük veri karakteristikleri çeşitli kaynaklarda farklı sayılarda ifade edilse de hacim, çeşitlilik ve hız ortak özellikler olarak ele alınmaktadır.

Büyük veri, genellikle 3V (Volume, Variety, Velocity) olarak adlandırılan üç temel özellik ile tanımlanmaktadır (Kitchin ve McArdle, 2016):

- **Hacim:** Büyük verinin en temel karakteristiği olan hacim, verinin miktarını, büyüklüğünü ve ölçüsünü ifade etmektedir.
- **Çeşitlilik:** Büyük veri, yapısal ve yapısal olmayan verileri içerebilir. Bununla birlikte çeşitlilik farklı kaynaklardan toplanan ilişkili verileri de ifade etmektedir.
- **Hız:** Hız karakteristiği verinin üretilme hızını ifade etmektedir. Aynı zamanda hızlı bir şekilde üretilen verinin yine hızlı bir şekilde analiz edilmesi gerekliliğini de ortaya çıkarmaktadır.

Büyük veri, doğru ve hızlı şekilde analiz edildiğinde, trendleri ve örüntüleri tanımlamaya, iş süreçlerini optimize etmeye ve yeni iş fırsatlarını keşfetmeye yardımcı olabilmektedir. Bu özelliği ile büyük veri işletmeler için önemli bir kaynak olarak görülmektedir.

Konaklama işletmelerinde büyük veri analizi kullanımı; misafir profilleri, rezervasyon geçmişleri, sosyal medya etkileşimleri, web sitesi analizleri ve daha fazlası dahil olmak üzere çeşitli kaynaklardan büyük miktarda verinin toplanmasını ve analiz edilmesini içermektedir (Carneiro vd., 2023). Büyük veri analizi, akıllı oteller bağlamında önemli bir rol oynamakta, misafirlerine kişiselleştirilmiş ve verimli bir deneyim sunmayı hedefleyen oteller ile daha önemli hale gelmektedir. Akıllı oteller, konuk deneyimini geliştirmek ve operasyonel verimliliği artırmak için IoT, AI ve büyük veri analitiği gibi gelişmiş teknolojilerden yararlanan oteller olarak tanımlanmaktadır (Carneiro vd., 2023). Büyük veri analizinin akıllı otellerde kullanılabileceği bazı yönler aşağıdaki gibi sıralanabilir;

Kişiselleştirilmiş deneyimler: Büyük veri analizi, otellerin misafirlerinin tercihlerini ve davranışlarını anlamalarına yardımcı olarak hizmetlerini ve tekliflerini her bir misafire göre uyarlamalarına olanak tanımaktadır (Ozaralli ve Rivenburgh, 2016). Bu veriler, misafirler için yemek, aktivite ve olanaklar için özelleştirilmiş öneriler gibi kişiselleştirilmiş deneyimler oluşturmak için

kullanılabilmektedir. Örneğin, bir otel misafirinin her zaman belirli bir saatte oda servisi sipariş ettiğini biliyorsa, proaktif olarak bu hizmeti misafire sunabilmektedir.

Operasyonel verimlilik: Büyük veri analizi, otellerin operasyonlarını optimize etmelerine, maliyetleri azaltmalarına ve misafir deneyimini iyileştirmelerine yardımcı olmaktadır. Sensörler, kameralar ve diğer IoT cihazlarından gelen verileri analiz ederek oteller kalıpları ve eğilimleri belirleyebilmekte ve verimliliği artırmak için veriye dayalı kararlar alabilmektedir (Braglia vd., 2019a; Chen vd., 2013). Bir otel misafirlerin asansörler için genellikle uzun süre beklediğini biliyorsa, bekleme sürelerini azaltmak için asansör programlarını ayarlayabilmektedir.

Pazarlama ve gelir yönetimi: Büyük veri analizi, otellerin pazarlarını ve rekabeti daha iyi anlamalarına yardımcı olarak fiyatlandırma ve pazarlama stratejilerini optimize etmelerini sağlamaktadır (Cross vd., 2009). Bir otel rakiplerinin belirli tarihler için indirim sunduğunu biliyorsa, rekabetçi kalabilmek için fiyatlarını buna göre ayarlayabilmektedir. Ayrıca oteller, doluluk oranları, rezervasyon modelleri ve misafir davranışlarına ilişkin geçmiş verileri analiz ederek gelirlerini en üst düzeye çıkarmak için fiyatlandırma ve promosyon stratejilerini uygulayabilmektedir.

Önleyici bakım: Büyük veri analizi, otellerin ekipman arızalarını ve bakım ihtiyaçlarını önceden tahmin etmelerine yardımcı olarak onarımları proaktif olarak planlamalarına ve arıza süresini en aza indirmelerine olanak tanımaktadır. Sensörlerden ve diğer cihazlardan gelen verileri analiz ederek, oteller olası sorunları belirlemekte ve bakımı proaktif bir şekilde planlayarak arıza süresini azaltabilmekte ve misafir memnuniyetini artırabilmektedir. Örneğin, bir otel belirli bir klima ünitesinin belirli bir kullanım saatinden sonra arızalanma eğiliminde olduğunu biliyorsa, ünite arızalanmadan önce bakım planlayabilmektedir (Çivril, 2023).

Büyük veri analizi akıllı otellerin daha iyi bir misafir deneyimi sunmasına, operasyonlarını optimize etmesine ve gelir artışını desteklemesine yardımcı olmaktadır. Akıllı otellerde giderek daha önemli bir rol oynayan büyük veri analizi, misafirlerin daha kişiselleştirilmiş ve verimli bir deneyim kazanmalarına yardımcı olurken aynı zamanda otel operasyonlarını ve karlılıklarını da iyileştirmektedir (Qi ve Mo, 2021).

AKILLI OTEL

Akıllılık, yenilikçi teknolojilerin benimsenmesiyle güçlenen uygulamaları ilerleten iş ağlarının yapısal ve dönüşümsel devrimi olarak tanımlamaktadır (Buhalis, 2020). İnternet teknolojisinin hızlı gelişimi ile tüm dünyada çeşitli sektörlerin internet sayesinde değiştiği görülmektedir. Buna bağlı olarak internetin geleneksel otelcilik sektörünü de etkilediği; 1990'lı yıllardan günümüze otel sektörünün bin yıllardaki en büyük değişimleri yaşadığı ve aynı zamanda hızla büyüdüğü söylenebilir. Otelcilik sektörünün hızla büyüyor oluşu güçlü bir rekabeti de beraberinde getirmiştir. Son yıllarda çokça kullanılan IoT teknolojisinin sürekli gelişimi ile uzaktan kontrol edilebilen akıllı kontrol sistemlerinin ortaya çıkışı otelcilikte de kullanılmakta ve birçok otel bu sistemi kullanmaktadır (Y. Meng, 2022). Akıllı bir otel, geleceğin tüketicisinin ihtiyaçlarını karşılamak üzere operasyonel mükemmellik sağlamak üzere en son teknolojileri benimsemektedir (Kim vd., 2020).

Günümüz şartlarında, modern bilgi teknolojisi temelinde IoT, büyük veri, AI, akıllı yönetim sistemleri vb. yüksek teknoloji ürünü kullanan oteller tempolu iş yaşamında yer alan bireylerin ihtiyaçlarını karşılama ve teknolojiye dayalı tüketim deneyimi sunma konusunda gelişim göstermektedirler (Yılmaz ve Çakmak, 2023).

Akıllı oteller temelde, teknolojinin son ürünlerini kullanarak kendilerini tercih eden tüketicilere eşsiz deneyim sunmayı hedeflemektedirler. Teknolojiyi kullanarak, internet bağlantısı, sesli ve görüntülü iletişim araçları, sensörler, akıllı cihazlar ve veri analitiği gibi teknolojiler aracılığı ile tüketicilerin ihtiyaçlarını tespit edip çözümleyerek tüketicilerin istekleri doğrultusunda özelleşmiş hizmet sunabilmektedirler. Akıllı otellerde, misafirler odalarına girişleri akıllı telefonları üzerinden yapılabilmekte, çalışan ihtiyacı duymadan otel hizmetlerinden faydalanabilmektedirler (Leung, 2019). Aynı zamanda sensörler sayesinde konukların ihtiyaçları ve istekleri doğrultusunda veri toplanıp sonrasında derlenerek otel hizmetlerini geliştirici adımlar atılabilmektedir. Akıllı oteller ağırladığı ya da ağırlayacağı konuklar için daha rahat ve konforlu bir hizmet sunarken otel yönetimi için de maliyet etkin bir çözüm olarak değerlendirilmektedir (Beldona vd., 2018).

Akıllı Otel teknolojilerinin bazı örnekleri aşağıdaki gibi sıralanmaktadır (Buhalis ve Moldavska, 2021; Leung, 2019):

- Yüz tanıma veya mobil uygulamalar kullanılarak otomatik check-in ve check-out işlemleri,
- Konukların aydınlatma, sıcaklık ve eğlence sistemlerini bir mobil cihazdan veya sesli komutla ayarlamasına olanak tanıyan akıllı oda kontrolleri,

- Misafir tercihlerine ve davranışlarına göre yerel turistik yerler, yemek seçenekleri ve diğer hizmetler için kişiselleştirilmiş öneriler,
- Sohbet robotları veya sanal asistanlar aracılığıyla bilgi ve yardım sağlayabilen dijital konsiyerj hizmetleri,
- Aydınlatma, sıcaklık ve su kullanımını doluluk durumuna ve diğer faktörlere göre otomatik olarak ayarlayan enerji tasarruflu sistemler,
- Konuk güvenliğini sağlamak ve yetkisiz erişimi önlemek için biyometrik tanımlama, gözetleme kameraları ve erişim kontrolü kullanan gelişmiş güvenlik sistemleri.

Akıllı oteller gelişen teknolojiye duyulan merak ve kişiselleştirilmiş deneyim elde etme isteği ile her geçen gün popüler hale gelmektedir. Aynı zamanda otel maliyetlerinin düşmesine verimliliğin artmasına ve gelişmiş misafir katılımı ve sadakati yoluyla otel gelirin artmasına yardımcı olmaktadır (Beldona vd., 2018).

İstatistikler, akıllı otellerin her yıl %10-15 düzeyinde hızla büyüdüğünü ve pazarda geleneksel oteller üzerinde büyük bir etkiye sahip olduklarını, günümüzde otel sektörünün gelişimine öncülük ettiklerini göstermektedir (Feng vd., 2022).

Operasyonel Verimlilik

Akıllı otel yönetimi, otellerin otomatik sistemler ve teknolojiler ile yönetilmesini ifade etmektedir. Otel yönetimi kullandıkları bu teknoloji ile müşteri deneyimini artırmak, işletme maliyetini azaltmak, personel yönetimini kolaylaştırmak ve otelin tüm işlemlerini optimize etmek gibi amaçlar gütmektedir (Zhang vd., 2023).

Akıllı otel yönetim teknolojileri arasında, akıllı kartlar, akıllı televizyonlar, akıllı termostatlar, otel otomasyon sistemleri, akıllı kilitler (müşterilerin oda anahtarlarını unutmaları ya da kaybetmeleri durumunu ortadan kaldırmaktadır), otomatik aydınlatma sistemleri (müşteri konforunu arttırmaktadır), enerji yönetim sistemleri, sensörler ve yazılımlar yer almaktadır. Bu teknolojiler sayesinde konuklar odalarını kontrol edebilmekte, hizmet talebinde bulunabilmekte ve ödeme işlemlerini gerçekleştirebilmektedirler. Ayrıca akıllı otel yönetimi ile çevre yönetimi, enerji tasarrufu gibi uygulamalar sayesinde sürdürülebilirlik hedeflerine uygun hareket edilmektedir (Z. Zhang vd., 2023).

Yönetim önlemleri için büyük veri teknolojisi ile birleştirilmiş otel yönetimi, daha fazla müşterinin ihtiyacını karşılamak için otelin hizmet kalitesini büyük ölçüde arttırmakta ve aynı zamanda otelin verimliliğini de arttırabilmektedir (Braglia vd., 2019b; L. Meng, 2021).

Sonuç olarak akıllı otel yönetimi ile otel sahipleri işletmelerini daha verimli, güvenli ve müşteri odaklı hizmet sunar hale getirebilmektedirler. İşletme yönetimi için sürdürülebilirliğin artırılması ve maliyetlerin düşürülmesi noktasında avantaj sağlarken tüketici için daha iyi bir deneyim elde etme fırsatı sunabilmektedir.

Kişiselleştirme Düzeyleri

Akıllı oteller, konukların ihtiyaçlarına ve tercihlerine uygun hizmetler sunmak için gelişmiş teknolojiler kullanarak kişiselleştirme seçenekleri sunmaktadırlar (Leung, 2019; Z. Zhang vd., 2023). Bu seçenekler genellikle müşterinin önceden belirlediği tercihlere dayanarak otomatikleştirilmekte veya müşteri tarafından doğrudan kontrol edilmektedir.

Kişiselleştirme düzeyleri, birçok faktöre bağlı olabilmektedir. Bazı örnekler aşağıdaki listede yer almaktadır (Eskerod vd., 2019; Leung, 2019):

Konuk profili: Oteller, konukların yaş, cinsiyet, ilgi alanları ve seyahat amacı gibi kişisel bilgilerini toplayarak, konukların tercihlerine ve ihtiyaçlarına daha iyi uyum sağlayan hizmetler sunmaktadırlar.

Oda ayarları: Oteller, konukların oda ayarlarını, örneğin aydınlatma, sıcaklık ve TV kanalları gibi tercihlerini hatırlayarak, daha rahat ve kişiselleştirilmiş bir konaklama deneyimi sağlamaktadırlar.

Yiyecek ve içecek: Oteller, konukların yiyecek ve içecek tercihlerini kaydederek, konukların favori yemekleri ve içecekleri ile ilgili öneriler sunmaktadırlar.

Aktiviteler: Oteller, konukların ilgi alanlarına uygun aktiviteleri önererek, örneğin müzik konserleri, spor etkinlikleri veya turistik geziler gibi, daha önceki rezervasyonlarını ve beğenilerini kullanabilmektedirler.

Konuk ilişkileri: Oteller, konukların önceki deneyimlerine göre kişiselleştirilmiş iletişim sağlamaktadırlar. Örneğin, daha önce yaptıkları şikayetlere göre konuklara kişisel indirimler sunulabilmektedir.

Uygulamalar ve mobil cihazlar: Bazı akıllı oteller, müşterilerinin mobil cihazlarındaki uygulamaları kullanarak konukların deneyimlerini kişiselleştirmek için kullanmaktadırlar.

Bu kişiselleştirme düzeyleri, akıllı otellerin teknolojik yetenekleri ve müşteri talepleri doğrultusunda farklılaşmaktadır. Ancak, genel olarak, akıllı oteller müşterilerin konaklama deneyimlerini daha kişiselleştirilmiş ve tatmin edici hale getirmek için teknolojik yenilikleri kullanmaktadırlar (Eskerod vd., 2019; Leung, 2019).

Pazarlama ve Gelir Yönetimi

Büyük veri analizi, akıllı otellerin pazarlama ve gelir yönetimi konusunda daha başarılı olmalarını sağlamakta, müşteri davranışları ve tercihleri hakkında daha detaylı bilgi sahibi olmalarına yardımcı olmaktadır (Pan ve Yang, 2016). Elde edilen bilgilerin doğru bir şekilde analiz edilmesi ile oteller daha iyi pazarlama stratejileri geliştirebilmektedirler.

Büyük veri analizi ile oteller müşterilerinin arama terimleri, web sitesi trafiği, sosyal medya etkileşimleri ve diğer verileri analiz ederek müşteri ihtiyaçlarını ve isteklerini belirleyebilmektedirler (Kitsios vd., 2021). Bu sayede, oteller müşterilerine daha kişiselleştirilmiş bir hizmet sunmakta ve müşteri memnuniyetini artırabilmektedirler.

Büyük veri analizi aynı zamanda otellerin fiyatlandırma stratejilerini de iyileştirmektedir. Oteller, büyük veri analizi sayesinde, müşteri talepleri, rekabet durumu ve diğer faktörleri analiz ederek, en uygun fiyatlandırma stratejilerini belirlemekte böylece daha yüksek bir gelir elde etmektedirler (Y. Zhang vd., 2015). Büyük veri analizi ile oteller müşteri sadakat programları da geliştirmekte bu programlar, müşterilerin alışveriş alışkanlıklarını takip ederek, müşterilere özel teklifler ve indirimler sunarak, müşteri sadakatini artırmaktadır.

Önleyici Bakım

Kestirimci bakım, otellerdeki ekipman ve tesis arızalarının önceden tespit edilerek önlenmesi işlemidir. Akıllı otellerde ise bu işlem, otomatik olarak gerçekleştirilmekte ve büyük ölçüde veriye dayanmaktadır (Leung, 2019).

Akıllı otellerde kestirimci bakım, sensörler ve diğer cihazlar aracılığıyla toplanan verilerin analiziyle gerçekleştirilmektedir. Sensörler, ekipmanların performansını, titreşimleri, ısını, basıncını, nem oranını ve diğer faktörleri ölçmektedir (Giglio vd., 2020; Leung, 2019). Bu verilerin toplanması ve analizi, ekipmanların arızalarının önceden tespit edilmesine yardımcı olabilmektedir.

Büyük veri analizi ile otellerdeki ekipman ve tesislerin durumu sürekli takip edilmekte böylece arızaların önceden tespit edilmesi ve önlenmesi daha kolay hale gelmektedir. Önleyici bakım ile oteller bakım zamanlamasını daha doğru bir şekilde yapabilmekte ekipman ve tesislerin ömrü uzatılabilmektedir (Kim vd., 2021).

Büyük veri analizi aynı zamanda otellerin enerji kullanımını da izleyebilmektedir. Oteller, enerji kullanımını takip ederek, enerji tüketimlerini azaltmakta hem çevreye hem de maliyetlerine katkı sağlamaktadır. Maliyetler düşerken işletmeler daha sürdürülebilir hale gelmektedir.

SÜRDÜRÜLEBİLİR OTEL ODALARI

Enerji tüketimi, otel işletme maliyetlerinin yüzde üç ila altısını kapsamakta ve CO2 emisyonlarının yüzde 60'ından sorumlu tutulmaktadır. Son on yılda yüzde 25'ten yüzde 30'a yükselen enerji tüketiminin zorlu standartlar ve elektronik ekipmanların gelişimi nedeniyle büyümeye devam edeceği tahmin edilmektedir (Upadhyay vd., 2016). Bu noktada turizm sektöründe sürdürülebilirliğin sağlanması önem arz etmektedir.

Sürdürülebilir otel odaları, doğal kaynakları mümkün olduğunca az kullanan, atıkları en aza indiren ve çevreye zarar vermeyen tasarım ve uygulamalar ile hizmet veren otel odalarını ifade etmektedir. Sürdürülebilir otel odaları, otel işletmeleri tarafından uygulanan sürdürülebilir turizm politikalarının bir parçasıdır ve konukların çevresel etkisini azaltmalarına yardımcı olmaktadır (Millar ve Baloglu, 2011).

Büyük veri analitiği, sürdürülebilir otel odalarının geliştirilmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Akıllı otel odalarının tasarımında sürdürülebilir malzemeler kullanılabileceği gibi enerji tasarrufu sağlayabilmek adına akıllı otomasyon sistemlerinden de faydalanılabilmektedir. Bu uygulamalar sayesinde otel misafirleri sürdürülebilir turizm uygulamalarına katkıda bulunmakta ve teşvik edilmektedirler. Büyük veri analitiğinin sürdürülebilir otel odaları için kullanılabileceği bazı yöntemler aşağıdaki gibi sıralanmaktadır;

Enerji verimliliği: Sürdürülebilir otel odaları, enerji tasarrufu sağlayan özelliklere sahip odaları ifade etmektedir. Örneğin, akıllı termostatlar, enerji tasarruflu aydınlatma sistemleri, düşük akışlı musluklar ve duş başlıkları gibi cihazlar kullanarak enerji tüketimini azaltılmaktadır. Bununla birlikte büyük veri analitiği, otel odalarındaki enerji tüketiminin izlenmesine, verimsizliklerin belirlenmesine ve enerji kullanımının azaltılmasına yönelik çözüm önerileri sunulmasına yardımcı olmaktadır (Millar ve Baloglu, 2011). Bu, hangi odaların diğerlerinden daha fazla enerji tükettiğinin belirlenmesini, enerjinin ne zaman boşa harcandığının tespit edilmesini ve en enerji verimli cihaz ve ekipmanların belirlenmesini içermektedir.

Su verimliliği: Sürdürülebilir otel odaları, su tasarrufu sağlayan özelliklere sahip tasarlanmaktadır. Örneğin, düşük akışlı musluklar, duş başlıkları ve tuvaletler kullanarak su tüketimi azaltılabilmektedir (El-latif ve Saleh, 2020). Enerji verimliliğinde olduğu gibi, otel odalarındaki su tüketimini izlemek ve verimsizlikleri belirlemek için büyük veri analitiği kullanılabilmektedir. Bu yöntem ile hangi odalarda en çok su tüketildiği belirlenmekte, sızıntıların ve diğer su israfı kaynaklarının tespit edilmesi ve tasarruflu cihaz ve ekipmanların belirlenmesi sağlanabilmektedir (Damsari vd., 2020).

Geri dönüştürülebilir malzemeler: Sürdürülebilir otel odaları, geri dönüştürülebilir malzemelerden yapılmış mobilyalar, tekstil ürünleri ve diğer aksesuarları içermektedir. Otel odalarında üretilen atığı analiz etmek ve atığı azaltmanın yollarını belirlemek için büyük veri analizi kullanılabilmektedir. En sık atılan öğeleri belirlemek, hangi öğelerin geri dönüştürülebileceğini veya yeniden kullanılabileceğini belirlemek ve ambalaj atığını azaltmanın yollarını belirlemek gibi analizler büyük veri analizi ile gerçekleştirilebilmektedir (Baa vd., 2022; Radwan vd., 2008).

Misafir Davranışı: Misafir davranışlarını ve tercihlerini analiz etmek için büyük veri analitiği kullanılmakta bu da otellerin sürdürülebilirlik çabalarını misafirlerinin özel ihtiyaçlarına göre uyarlamalarına yardımcı olmaktadır (Lee vd., 2020). Örneğin, misafirlerin havlu ve çarşafı yeniden kullanma olasılığı daha yüksekse, oteller daha sürdürülebilir çamaşırhane uygulamaları sağlamaya odaklanabilmektedir.

Önleyici Bakım: Büyük veri analitiği, otel odalarındaki potansiyel bakım sorunlarını büyük sorunlara dönüşmeden önce tespit etmek üzere kullanılmaktadır (Leung, 2019). Bu, onarım ve değiştirme ihtiyacını azaltmaya yardımcı olmakta, enerji ve kaynak tasarrufu sağlamaktadır.

Turizm sektörü çevreye verdiği zarar ve bu zarardan en çok etkilenebilecek sektör olarak değerlendirilmekte dolayısıyla bu zararı minimum düzeyde tutmak üzere çalışmalar gerçekleştirmektedir. Sürdürülebilir otel odaları bu anlamda önemli bir adım olarak değerlendirilebilir. Sürdürülebilir otel odaları turizm sektöründe sürdürülebilirliği ve çevreye duyarlılığı teşvik etmek üzere daha popüler hale gelmektedir (El-latif ve Saleh, 2020).

Sürdürülebilir otel odası, çevre dostu ve sürdürülebilir uygulamaların kullanıldığı bir otel odasıdır. Büyük veri analitiği, odalarında sürdürülebilirliği geliştirmek isteyen oteller için güçlü bir araç olarak görülmektedir. Oteller, verimsizlikleri belirlemek ve sürdürülebilirlik çabalarını misafir ihtiyaçlarına göre uyarlamak için verileri kullanarak misafir deneyimini iyileştirirken çevresel etkilerini de azaltabilmektedirler.

DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Turizm işletmeleri misafirlerinin beklentilerini karşılamak, kişiselleştirilmiş hizmet sunmak, sadakati sağlamak gibi nedenler ile AI ve büyük veri kullanımı yoluna gitmektedirler. Bu durum içerisinde bulunduğumuz ve sürekli gelişen teknoloji çağının gerekliliği olarak da ifade edilmektedir. Büyük veri ile turizm işletmeleri müşterileri hakkında daha çok bilgiye sahip olabilmekte ve sahip oldukları bilgiler doğrultusunda hizmet sunmaktadırlar.

Büyük veri tüm işletmeler için önemli bir kaynak olarak değerlendirilmektedir. Konaklama işletmeleri için de bu durum söz konusudur. Akıllı otellerde sunulan kişiselleştirilmiş deneyimler, operasyonel verimlilik, pazarlama ve gelir yönetimi, önleyici bakım hizmetleri vb. hizmetler işletmenin rekabet avantajı elde etmesinde rol oynamaktadır.

Akıllı oteller misafirlerinin deneyimlerini geliştirmek üzere teknolojiye dayalı hizmet sunan konaklama tesisleridir. Büyük veri analizi akıllı otellerde özellikle misafir deneyimi yönetimi ve operasyonel verimliliğin sağlanması noktasında önem arz etmektedir. Otel misafirinin tercihlerini ve beklentilerini karşılamak üzere akıllı otellerde büyük veriden faydalanılmaktadır. Misafirlerin web sitesinde gezinme süresi, rezervasyon ve sosyal medya verileri toplanıp sonrasında misafire özel indirimler sunmak ya da ziyareti sırasında kişiselleştirilmiş hizmet vermek büyük verinin sağladığı avantajlar arasında yer almaktadır. Ayrıca misafir geri dönüşlerine göre hizmet kalitesinin dolayısıyla misafir memnuniyetinin artırılması mümkün olabilmektedir. Büyük veri ile geçmiş dönem analizi yapılarak tahmin edilemeyen durumlarda izlenebilecek stratejiler belirlenip yönetim kararları alınabilir.

Büyük veri analizi ile akıllı otellerde operasyonel verimliliği arttırmak da mümkün olmaktadır. Otel maliyetlerinin azaltılması, kaynakların etkin kullanımını mümkün kılmaktadır.

Günümüzde sürdürülebilirlik çalışmaları tüm dünyada hızla yürütülmektedir. Özellikle turizm sektörünün sürdürülebilirlik ilkeleri çerçevesinde yürütülmesi önem arz etmektedir çünkü turizm sektörü çevreyi kullanan hatta kimi zaman çevreye zarar verebilen dolayısıyla kendi sermayesini tüketilebilecek nitelikte bir sektör olarak değerlendirilmektedir. Tüm bu sebepler turizmin sürdürülebilirlikten bağımsız düşünülemeyeceği sonucunu ortaya çıkarmaktadır. Sürdürülebilir otel odaları, otel işletmelerinin çevresel etkilerini en aza indirmek üzere tasarlanmaktadır. Sürdürülebilir otel odaları ile enerji tasarrufu sağlamak, su tüketiminin azaltılması, doğal kaynakları korumak ve çevre kirliliğini azaltmak üzere yeni teknolojiler kullanılmaktadır. Büyük veri analizi sürdürülebilir otel odalarının oluşturulmasında önemli bir rol üstlenmektedir. Enerji tasarrufu için odalarda kullanılan sensörler, akıllı termostatlar, aydınlatma sistemleri ile elde edilen veriler büyük veri analizi ile incelenerek enerji tasarrufu sağlanabilmesi için kullanılmaktadır.

KAYNAKÇA

1. Baa, S. B., Neog, R., & Roy, S. (2022). A Study on Green Initiative Towards Customer Satisfaction in Hotels. *International Journal of Applied Research*.
<https://doi.org/10.22271/allresearch.2022.v8.i7e.9999>
2. Baysal, E., & Bayılmış, C. (2019). Machine Learning with Distributed Data Management and Process Architecture. *2019 4th International Conference on Computer Science and Engineering (UBMK)*, 53-57.
<https://doi.org/10.1109/UBMK.2019.8907073>
3. Beldona, S., Schwartz, Z., & Zhang, X. (2018). Evaluating Hotel Guest Technologies: Does Home Matter? *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. <https://doi.org/10.1108/ijchm-03-2017-0148>
4. Braglia, M., Castellano, D., & Gallo, M. (2019a). A novel operational approach to equipment maintenance: TPM and RCM jointly at work. *Journal of Quality in Maintenance Engineering*, 25(4), 612-634.
<https://doi.org/10.1108/JQME-05-2016-0018>
5. Braglia, M., Castellano, D., & Gallo, M. (2019b). A novel operational approach to equipment maintenance: TPM and RCM jointly at work. *Journal of Quality in Maintenance Engineering*, 25(4), 612-634.
<https://doi.org/10.1108/JQME-05-2016-0018>
6. Buhalis, D. (2020). Technology in tourism-from information communication technologies to eTourism and smart tourism towards ambient intelligence tourism: a perspective article. *Tourism Review*, 75(1), 267-272. <https://doi.org/10.1108/TR-06-2019-0258>
7. Buhalis, D., & Moldavska, I. (2021). Voice Assistants in Hospitality: Using Artificial Intelligence for Customer Service. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*. <https://doi.org/10.1108/jhtt-03-2021-0104>
8. Camilleri, M. A. (2019). *The use of data-driven technologies in tourism marketing*. <https://doi.org/10.4324/9780429292583-11>
9. Carneiro, T., Picoto, W. N., & Pinto, I. (2023). Big Data Analytics and Firm Performance in the Hotel Sector. *Tourism and Hospitality*, 4(2), 244-256. <https://doi.org/10.3390/tourhosp4020015>
10. Chen, G., Zhang, L., Arinez, J., & Biller, S. (2013). Energy-efficient production systems through schedule-based operations. *IEEE Transactions on Automation Science and Engineering*, 10(1), 27-37.
<https://doi.org/10.1109/TASE.2012.2202226>

11. Cross, R. G., Higbie, J. A., & Cross, D. Q. (Dax). (2009). Revenue Management's Renaissance: A Rebirth of the Art and Science of Profitable Revenue Generation. *Cornell Hospitality Quarterly*, 50(1), 56-81. <https://doi.org/10.1177/1938965508328716>
12. Çivril, H. (2023). Açık ve Uzaktan Öğrenmede Büyük Veri. İçinde *Eğitim Bilimleri Araştırmaları- I. Özgür Yayınları*. <https://doi.org/10.58830/ozgur.pub44.c197>
13. Damsari, A. G. U., Sridarran, P., & Abdeen, F. N. (2020). *Benefits of Leed Certification in Terms of Water Efficiency in Hotel Industry: A Literature Review*. <https://doi.org/10.31705/faru.2020.7>
14. Doğan, K., & Arslantekin, S. (2016). Büyük veri: önemi, yapısı ve günümüzdeki durum. *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi - DTCF Dergisi*, 56(1), 15-36. https://doi.org/10.1501/Dtcfder_0000001461
15. El-latif, M. F. A., & Saleh, M. A. M. (2020). Sustainability and Water Consumption Rationalization in the Hotel Sector: Applied to Five-Star Hotels in Hurghada. *International Journal of Heritage Tourism and Hospitality*. <https://doi.org/10.21608/ijhth.2020.120256>
16. Eskerod, P., Hollensen, S., Morales-Contreras, M. F., & Arteaga-Ortiz, J. (2019). Drivers for Pursuing Sustainability Through IoT Technology Within High-End Hotels—An Exploratory Study. *Sustainability*. <https://doi.org/10.3390/su11195372>
17. Feng, Q., Borbon, N. M., & Deng, B. (2022). Smart hotel attributes and its effect on guest acceptance. *International Journal of Research Studies in Management*, 10. <https://doi.org/10.5861/ijrsm.2022.37>
18. Giglio, S., Pantano, E., Bilotta, E., & Melewar, T. C. (2020). Branding Luxury Hotels: Evidence From the Analysis of Consumers' "Big" Visual Data on TripAdvisor. *Journal of Business Research*. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.10.053>
19. Kim, J. J., Lee, M. J., & Han, H. (2020). Smart Hotels and Sustainable Consumer Behavior: Testing the Effect of Perceived Performance, Attitude, and Technology Readiness on Word-of-Mouth. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(20), 7455. <https://doi.org/10.3390/ijerph17207455>
20. Kim, J.-K., Ariza-Montes, A., & Han, H. (2021). The Role of Expected Benefits Towards Smart Hotels in Shaping Customer Behavior: Comparison by Age and Gender. *Sustainability*. <https://doi.org/10.3390/su13041698>

21. Kitchin, R., & McArdle, G. (2016). What makes Big Data, Big Data? Exploring the ontological characteristics of 26 datasets. *Big Data & Society*, 3(1), 205395171663113. <https://doi.org/10.1177/2053951716631130>
22. Kitsios, F., Kamariotou, M., Karanikolas, P., & Grigoroudis, E. (2021). Digital Marketing Platforms and Customer Satisfaction: Identifying eWOM Using Big Data and Text Mining. *Applied Sciences*. <https://doi.org/10.3390/app11178032>
23. Lee, M., Cai, Y., DeFranco, A., & Lee, J. (2020). Exploring Influential Factors Affecting Guest Satisfaction. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*. <https://doi.org/10.1108/jhtt-07-2018-0054>
24. Leung, R. (2019). Smart Hospitality: Taiwan Hotel Stakeholder Perspectives. *Tourism Review*. <https://doi.org/10.1108/tr-09-2017-0149>
25. Meng, L. (2021). *Analysis of Big Data and Smart Hotel Management*. <https://doi.org/10.23977/gbms2021.002>
26. Meng, Y. (2022). Construction of Hotel Resource Information Platform Based on the Internet of Things Technology. *Mathematical Problems in Engineering*, 2022, 1-8. <https://doi.org/10.1155/2022/4898550>
27. Millar, M., & Baloglu, S. (2011). Hotel Guests' Preferences for Green Guest Room Attributes. *Cornell Hospitality Quarterly*, 52(3), 302-311. <https://doi.org/10.1177/1938965511409031>
28. Ozaralli, N., & Rivenburgh, N. K. (2016). Entrepreneurial intention: antecedents to entrepreneurial behavior in the U.S.A. and Turkey. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 6(1), 3. <https://doi.org/10.1186/s40497-016-0047-x>
29. Pan, B., & Yang, Y. (2016). Forecasting Destination Weekly Hotel Occupancy With Big Data. *Journal of Travel Research*. <https://doi.org/10.1177/0047287516669050>
30. Qi, H., & Mo, R. (2021). Exploring Customer Experience of Smart Hotel: A Text Big Data Mining Approach. *E3S Web of Conferences*, 251, 1034. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202125101034>
31. Radwan, H. R. I., Jones, E., & Minoli, D. (2008). *The Impact of the Public and Private Waste Sector on Solid Waste Management Practices in Small Welsh Hotels*. <https://doi.org/10.2495/wm080641>
32. Stylos, N., Zwiendelaar, J., & Buhalis, D. (2021). Big data empowered agility for dynamic, volatile, and time-sensitive service industries: the case of tourism sector. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-07-2020-0644>

33. Upadhyay, A., Pomponi, F., & Vadam, C. (2016). *Sustainability in the Hotel Industry*.
34. Yılmazer, A., & Çakmak, D. (2023). Akıllı Turizm Araç Ve Uygulamalarının Konaklama İşletmelerinde Değerlendirilmesi: Sakarya İlinde Bir Araştırma (Evaluation of Smart Tourism Tools and Applications in Hospitality Businesses: A Study in Sakarya Province). *Türk Turizm Arastirmalari Dergisi*.
<https://doi.org/10.26677/tr1010.2023.1202>
35. Zhang, Y., Shu, S., Ji, Z., & Wang, Y. (2015). *A Study of the Commercial Application of Big Data of the International Hotel Group in China: Based on the Case Study of Marriott International*.
<https://doi.org/10.1109/bigdataservice.2015.59>
36. Zhang, Z., Yin, Q., Huang, Z., & Liu, Y. (2023). *Research on the Application of Smart Technology in China Budget Hotels Based on Quantitative Analysis*. https://doi.org/10.2991/978-94-6463-102-9_129

51. Bölüm

Dürüstlük Dışı Tüketici Davranışını Tetikleyen Durumsallıklar¹

Didem Gamze IŞIKSAL²
Elif KARAOSMANOĞLU³

1 Bu çalışma Prof. Dr. Elif Karaosmanoğlu danışmanlığında 30/05/2018 tarihinde tamamladığım “The Antecedents of Consumer Dishonest Behavior and Its Impact on Consumer-Brand Relationship” başlıklı doktora tezi esas alınarak hazırlanmıştır.

2 Dr.; Koç Üniversitesi İktisadi İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü,
disiksal@ku.edu.tr. ORCID No: 0000-0002-6009-9271

3 Prof. Dr.; İstanbul Teknik Üniversitesi, İşletme Mühendisliği Bölümü,
karaosman5@itu.edu.tr. ORCID No: 0000-0002-2056-3885

ÖZET

Tüketiciler ve markalar arasındaki ilişkilerde yaşanan karşılıklı ihlalleri araştıran bu çalışma, tüketicilerin hangi durumsal koşullar altında markalara karşı dürüst olmayan davranış sergileme eğiliminde olduklarına odaklanmaktadır. Deneysel serim tasarımı ile değişkenler arasındaki nedenselliklerin araştırıldığı bu çalışmada marka tarafından kandırılmışlık/aldatılmışlık hissi yaşayan tüketicilerin, markayla kendilerini eşitlemek ve bu kandırılmışlık duygusunu telafi etmek amacıyla gerçekleştirdikleri dürüstlük dışı davranış incelenmiştir. Aynı zamanda ortamda var alan bir *durumsal çapraşıklık*ın tüketici kandırılmışlık hissi ve tüketici etik dışı davranışı arasındaki ilişki üzerindeki düzenleyici etkisi test edilmiştir. Çalışmanın sonuçları tüketicilerin marka tarafından aldatıldıklarına inandıklarında daha fazla etik sınırlar dışına çıkmaya eğilimli olduklarını ortaya koymaktadır. Öte yandan sonuçlar aynı zamanda göstermektedir ki tüketiciler öncesinde marka ile olumsuz bir deneyim yaşamadıklarında bile eğer içinde bulundukları durumsal bir çapraşıklık onlara markayı kandırma fırsatı sunuyorsa yine dürüstlük dışı davranış sergileme eğiliminde olacaklardır. Bu çalışma yanlışa yanlış ile karşılık verme eğiliminin uzun vadede tüketici-marka ilişkisi açısından potansiyel bir tehdit oluşturduğunu öne sürmektedir. Bu sebeple markalara sistemlerindeki açıkları gidererek tüketicileri dürüstlük dışı davranmaya itebilecek durumsal tetikleyicilerin varlığına mahal vermemeleri için gerekli önlemleri almalarını önermektedir.

Anahtar Kelimeler: *Dürüstlük Dışı Davranış; Aldatılmışlık Hissi; Durumsal Çapraşıklık; Öz-Telafi; Deneysel Tasarım*

GİRİŞ

Hile, sahtekarlık, aldatma, yalan söyleme ve modern dünyanın beraberinde getirdiği farklı farklı birçok etik olmayan davranış biçimi, günümüzde bireysel ve toplumsal açıdan karşılaşılan başlıca problemleri arasında sayılabilir (Shalvi vd., 2015). Her ne kadar marka ihlalleri daha fazla öne çıksa da (örneğin, Samsung, Apple'ın ikonik tasarımlarını ve sezgisel kullanıcı ara yüzünü kopyalamakla suçlanması (Los Angeles Times, 2012)) aslen tüketici ihlalleri günlük hayatta çok daha yaygındır (Shalvi vd., 2015). Bireyler kısa yoldan kazanç sağlama fırsatı doğduğunda (Shalvi vd., 2015), kendi çıkarlarını veya benlik kavramlarını koruma gereği duyduklarında (Ariely ve Jones, 2012) hileye veya yalana daha eğilimli olurlar (Ariely ve Jones, 2012).

Bireyler içsel olarak dürüst olduklarına inansalar dahi, hatta kişisel değer veya inanç sistemlerinin bir yansıması olduğu için yalan söylemeye veya hile yapmaya karşı olsalar bile durumsal perspektiften yaklaşıldığında mevcut çevresel koşullar ve durumsal faktörler onları hile yapmaya veya yalan söylemeye teşvik edebilir (Mazar vd., 2008).

Bu davranışları tetikleyen ve bu tetiklemeyi kuvvetlendiren mekanizmaların ele alındığı bu kitap bölümünde etik olmayan tüketici davranışlarının altında yatan mekanizmaları daha iyi anlayabilmek adına etik karar alma süreçleri, etik dışı tüketici davranışları ve tüketicilerin etik dışı tüketici davranışlarını nasıl rasyonelleştirdikleri konularına değinilecektir. Ardından mevcut literatürün genişletilmesi amacıyla deneysel tasarıma dayalı nicel araştırma yöntemlerine dayanarak kandırılmışlık hissinin ve durumsal belirsizliğin etik dışı tüketici davranışı üzerindeki öncül ve düzenleyici etkileri test edilecektir.

LİTERATÜR

Etik Karar Alma

Ahlak felsefesinde iki temel etik kuram bulunmaktadır, bunlar deontolojik kuramlar ve teleolojik kuramlardır (Beauchamp ve Bowie, 1979; Murphy ve Lacznia, 1981). Deontolojik boyut, normlar ve/veya kurallar tarafından yönlendirilen belirli eylemleri veya davranışları vurgular ve “başkalarına sana davranılmasını istediğin gibi davran” altın kuralını benimser. Deontolojik kuramların temel noktası bir davranışın doğruluğudur. Teleolojik kuramlar ise birey ve diğer paydaşlar için eylemlerin veya davranışların sonuçlarına odaklanır (Frankena 1963). Teleologlar, bir davranış mevcut alternatiflerden iyi ve kötü dengesini daha fazla sağladığında etik olarak kabul edilebileceğini savunurlar. Diğer yandan, teleolojik kuramlar, "kimin yararı teşvik edilmelidir?" sorusunun cevabı konusunda farklılıklar içerir. Etik özgürlüğün savunucuları olan Hobbes ve Nietzsche, bir kişi için bir eylemin sonuçları başka

bir eylemin sonuçlarından daha olumlu ise, o eylemin bir kişi için doğru bir eylem olarak kabul edilebileceğini iddia ederler. Diğer yandan faydacılığın (utilitarianism) savunucularından olan G. E. Moore ve John Stuart Mill'in göre bir eylem sadece herkes için diğer mevcut alternatiflerden daha fazla için iyi sonuçları ortaya çıkarıyor ve kötü sonuçları ortadan kaldırarak dengeyi sağlıyorsa doğru bir eylem olarak kabul edilebilir (Hunt ve Vitell, 1986).

Deontolojik ve/veya teleolojik etik perspektif temelinde, birey farklı alternatifleri yorumlar ve hangilerinin etik olduğuna ve hangilerinin olmadığına karar verir. Onun etik değerlendirmesi davranışsal niyetleri beraberinde getirir ve sonuç davranışlarına yansır. Ancak, bazen bu değerlendirmeler, niyetler ve davranışlar birbiriyle tutarsız olabilir (Vitell ve Hunt, 2015). Böyle bir durumda, Hunt ve Vitell (2006), davranışın suçluluk duygularıyla birlikte geleceğini önermektedir. Buna göre, iki kişi aynı şekilde davranabilir, ancak sadece biri suçluluk hissi yaşayabilir, çünkü diğer kişinin davranışı etik inançlarıyla uyumlu olabilir ve onu rahatsız etmeyebilir.

Bu nedenle hem deontolojik hem de teleolojik değerlendirmeler, karar vericinin etik değerlendirmelerini şekillendirir. Deontolojik normlar, bir dizi ilgili çevresel endişe bağlamında, deontolojik değerlendirmeyi etkilerken, teleolojik değerlendirme, paydaş gruplarının istenirliği, olasılığı ve öneminden etkilenir (Hunt ve Vitell, 2006). Bu teleolojik değerlendirmenin genel sonucu, tüketicinin her bir olası alternatif tarafından üretilen nispi iyi ve kötü hakkındaki inançları olacaktır (Vitell et al., 2001).

Hunt ve Vitell modeli (1986, 1993) ise bir karar vericinin etik değerlendirmelerinin deontolojik ve teleolojik değerlendirmelerin bir fonksiyonu olduğunu önermektedir. Birçok araştırma (örneğin, Hunt ve Vasquez-Parraga, 1993; Mayo ve Marks, 1990; Vitell ve Hunt, 1990), bir bireyin genellikle her iki değerlendirme türünü de kullandığı konseptini destekler. Ancak Vitell vd. (2001)'in çalışmasına kadar, bu önceki ampirik araştırmaların hiçbirisi tüketiciyi örneklem olarak kullanmamıştır. Vitell vd. (2001) çalışmasının ampirik araştırması, çeşitli kişisel özelliklere bakılmaksızın, tüketicilerin karar verme sürecinde genellikle teleolojik değerlendirmeler yerine deontolojik normlara dayandığını ortaya koymaktadır. Yani, etik durumlarda tüketici davranışının olası sonuçlardan çok, tüketici prensiplerine göre kontrol edildiği görülmektedir.

Tüketici Davranışında Etik

Dodge vd. (1996, s. 823) tüketici etiğini "tüketim durumlarında alıcının veya potansiyel alıcının belirli eylemlerinin yanlışlığına karşı doğruluğu" olarak tanımlarken, Muncy ve Vitell (1992) bunları "bireylerin veya grupların mal ve

hizmetleri elde ederken, kullanırken ve tasfiye ederken rehberlik eden ahlaki prensipler ve standartlar" olarak tanımlamaktadır (s. 298). Muncy ve Vitell (1992) tüketicilerinin etik olmayan davranışlarını etkileme potansiyeline sahip üç temel faktörü içeren bir teorik çerçeve belirlemişlerdir. İlk faktör, tüketicilerin oynadığı rol yani tüketicinin eylemlerinde aktif veya pasif olup olmadığına dairdir. *Aktif rolde* tüketici bile isteye mevcut durumdan faydalanır (örneğin, bir fiyat etiketinin olmadığı bir ürünü kasiyere yanıltıcı fiyat bilgisi vererek almak). *Pasif rolde* tüketicinin işletmenin yaptığı bir hata sonucu ortaya çıkan bir tür davranıştan faydalanması durumu söz konusudur (örneğin, kasiyer fazla para verir ve tüketici sessiz kalır). İkinci faktör davranışın algılanan yasa dışılığı, dolandırıcılık veya aldatıcı davranış içerip içermediği ile ilgilidir (örneğin, tüketici bir ürünü mağazaya götürür ve bir hediye olduğunu iddia ederek satış elemanını aldatabilir). Üçüncü faktör davranışın algılanan sonucunun şiddeti, davranışın neden olduğu doğrudan zararın derecesi ile ilgilidir (örneğin, kitapçada kitap okuyup satın almamak).

Mitchell ve Chan (2002), Muncy ve Vitell (1992) çalışmasının üzerine inşa ederek, tüketiciler arasındaki sapkın davranışın ne kadar yaygın olduğuna odaklandıkları keşifsel araştırmalarında, tüketicilerin etik karar alma süreçlerini önemli ölçüde etkileyen dört temel faktör belirlediklerini belirtmektedirler. Bu faktörler "tüketici tarafından oynanan rol", "algılanan yasa dışılık", "sonuçların algılanan şiddeti" ve "davranışın görünürlüğü" içerir. Mitchell ve Chan (2002) bu çalışmalarında nitel ve nicel verileri kullanarak tüketicilerin ne sıklıkla etik olmayan eylemlere katıldığını test ederek elliden fazla etik olmayan tüketici davranış biçiminin kapsamlı bir indeksini oluşturmuşlardır. Muncy ve Vitell (1992) tarafından geliştirilen etik ölçeğe dayanan bu nicel çalışmalarının ana amacı ise tüketicilerin fiyat etiketi değiştirme, sıra atlama ve süresi geçmiş kuponları kullanma gibi belirgin dürüstlük dışı davranış biçimlerini belirlemektir.

Dürüstlük Dışı Davranış

Dürüstlük dışı davranış, genel olarak kabul görmüş ahlaki normları kasıtlı olarak ihlal eden değişim içerisinde gerçekleştirilen eylemleri ifade eder (Reynolds ve Harris, 2009). Bir tüketim ortamında dürüstlük dışı davranış derinlemesine incelediğimizde, dürüstlük dışı davranış ve etik olmayan davranış kavramları aslında birbirinden oldukça farklı iki ana kategoriye ayrılır (Moschis ve Cox, 1989).

Bu ayrılığın bir tarafında, tüketicinin aşırı bir şekilde etik olmayan davranış biçimi bulunur. Bu davranış genellikle tüketici yanlış davranış (Fullerton ve Punj, 1998), işlev bozucu tüketici davranış (Reynolds ve Harris, 2009) veya

tüketici sapması (Harris ve Daunt, 2011) olarak adlandırılır. Bu aşırı yanlış veya etik olmayan davranış örneklerinin arasında sigorta dolandırıcılığı (Lesch ve Brinkmann, 2011), dijital korsanlık (Freestone ve Mitchell, 2004) ve hırsızlık (Babakus vd., 2004) yer alır. Bu tür sahtekarlık davranışlarının temel odak noktası, kuralları ihlal etmek ve böylece çoğu takas ilişkisinin temelini oluşturan örtülü toplumsal sözleşmeyi ihlal etmektir (Cova vd., 2018).

Ayrılığın diğer tarafında ise haksızlık ve hafif türdeki yanlış davranışları içeren daha yaygın bir etik olmayan davranış biçimi bulunmaktadır. Berry ve Seiders (2008) belirttiği gibi, bu tür dürüstlük dışı davranış türü, bir tüketici tarafından bir şirkete, çalışanlara veya hatta diğer müşterilere yönelik zararlı eylemlerden kaynaklanır. Aşırı veya yanlış sigorta talepleri, yanlış vergi beyanı, satın alınan giysiyi kullanıp ardından kullanılmamış gibi iade etmek, hizmet garantilerini ihlal etmek, tazminat elde etmek için hizmet kurtarma politikalarından kasıtlı olarak yararlanmak (Wirtz ve McColl-Kennedy, 2010) veya yanlışlıkla fazla para üstü verildiğinde bildirmemek (Mitchell vd., 2009) bu davranışa gösterilen örneklerdendir. Bu fırsatçı ve/veya ihmalkâr tüketici davranışlarının temel özelliği ise sonuçlara karşı duyarsızlıktır. Bu tüketiciler sonuçları düşünmeden her türlü olasılığı istismar etmekten çekinmezler (Cova vd., 2018).

Bu çalışma boyunca "dürüstlük dışı tüketici davranışı" terimi "tüketicinin kuruluşları veya diğer tüketicileri para veya itibar kaybetmeye neden olan doğrudan veya dolaylı eylemleri" olarak tanımlanan genel bir ifade olarak kullanılmaktadır (Mitchell vd., 2009, s. 3).

Dürüstlük Dışı Davranışın Motivasyonları

Dürüstlük dışı davranış, dışsal veya içsel teşviklerden kaynaklanabilir ve karakter temelli veya durum temelli olabilir (Bkz. Tablo 1). Rasyonel aktör paradigması, bireylerin kişisel fayda maksimizasyonuna yönlendirildiğini ve kararlarının maliyet-fayda hesaplamalarına dayandığını öne sürer. Yakalanma olasılığının daha yüksek olduğu ve yapılan davranış ortaya çıkarsa sonuçların daha yıkıcı olabileceği algılandığında (dışsal motivativasyonlar) bireyler etik olmayan davranışlardan kaçınırlar (Becker, 1968). Dışsal teşviklerin olmaması durumunda, davranışlarını ahlaki normlara ve bireysel ahlaki karakter özelliklerine dayalı olarak düzenler (içsel motivativasyonlar) ve dürüst davranıp davranmamayı seçerler (Mazar vd., 2008). Ahlaki karakter özellikleri genellikle istikrarlı ve durumsal olarak tutarlı kabul edilse de mevcut ortamdaki ışığın parlaklığı (Zhong vd., 2010), eylemlerin sınıflandırılabilirliği (Mazar vd.,

2008), açık bir hilekarın varlığı (Gino vd., 2009) gibi durumsal faktörlerin etik olmayan davranışları etkilediğini gösteren birçok çalışma bulunmaktadır.

Tablo 1: Dürüstlük Dışı Tüketici Davranışları Sınıflandırması

Conceptualization	Situation-based	Character-based
Motivational variables (Increase cheating behavior)	Potential material gain, rewards, and benefits	Machiavellianism
	Opportunity to cheat	Introversion and extroversion
	Perceived injustice	Testing the system
	External pressure	
Inhibitory variables (Reduce cheating behavior)	Dissatisfaction	
		Moral inhibitions
	Sanctions (formal and informal)	Honesty
	Codes of conduct	Shame (or self-imposed punishment)
	Commitment and loyalty	Self-monitoring
	Trust in a relationship	Interpersonal trust
	Time horizon	Religion
	Risk of being detected	Intelligence
	Visibility of victim	Gender
	Personal contact	Age
	Attitudes and norms	Risk aversion
	High satisfaction	Locus of control
	Perceived seriousness of cheating	Self-esteem
		Social bond

Kaynak: Wirtz and Kum (2004)'dan uyarlanmıştır.

Dürüstlük Dışı Davranışın Rasyonalizasyonu

Dürüstlük dışı davranış toplumda yaygın olarak benimsenen ahlaki normları bilinçli olarak ihlal eden eylemleri ifade eder (Reynolds ve Harris, 2009). Akers ve diğerleri (1979) toplumda her norm için normatif kısıtlamaları kaldırmak ve karşılaşılabilecek sonuçları bertaraf edebilmek için kullanılabilecek bir kaçış normu olduğunu iddia eder. Başka bir deyişle kaçış normları tüketicilere çeşitli nötralizasyon teknikleriyle dürüstlük dışı davranışlarını rasyonelleştirmelerine olanak tanır. Bu teknikler şunlardır:

- *Sorumluluktan kaçma:* Tüketicilerin eylemlerinden sorumlu olmadıklarını, çünkü kontrol dışında olduklarını iddia etmelerini içerir (Örneğin, durumda herhangi bir seçeneğe sahip olmadıklarını savunmaları);
- *Zararın inkârı:* Suiistimalin çok ciddi görülmediği ve doğrudan zararın az algılandığı durumları içerir (Örneğin, müşteri çikolata alırsa mağaza hala kâr elde eder);

- *Kurbanın inkârı*: Tüketici eylemlerinin işletmenin yaptığı bir hatadan kaynaklandığına inandığı durumları içerir (Örneğin, belirli bir ürün veya hizmetin parasının değerinde olmadığı görülür);
- *Lehine olanları suçlama*: Tüketiciler benzer şekilde davranırken onları suçlayanları kınarlar (Örneğin, fazla ücretlendirildiklerini düşünerek istedikleri gibi davranabileceklerini düşünürler);
- *Daha yüksek bağlılıklara başvurma*: Suiistimalin daha yüksek bir ideale veya değere hitap etme girişimiyle haklı çıkarılmasıdır (Örneğin, aile için).

Nötralizasyon teknikleri önermesi tüketicilerin dürüstlük dışı davranışlarını haklı çıkarmak için bahane bulmada bu mekanizmalardan bir veya daha fazlasına başvurduğunu söyler (Sykes ve Matza, 1957). Bu tür nötralizasyon tekniklerini kullanarak bireyler kendilerini toplumsal ve kişisel yıkımdan kurtarır ve ahlaki normları ihlal etmenin sonuçlarından kendilerini suçlamayı ortadan kaldırır. Birey, bu tekniklerden bir veya daha fazlasını kullanarak haksızlıktan sıyrılabilceğine inanıyorsa muhtemelen dürüstlük dışı bir şekilde davranacaktır (Strutton vd. 1997). Nötralizasyon teknikleri temel olarak insanların kendilerini suçlamaktan korumak için kullandıkları suiistimal motivasyonlarının öğrenilmiş bir kelime hazinesidir (Grove vd., 1989). Bu teknikler geleneksel normların tamamen reddini temsil etmese dahi bu tür teknikler toplumsal olarak kabul edilebilir olarak görülmeyen koşullarda mevcut ihlalin doğuracağı sonuçların etkilerini azaltmanın bir yoludur.

Bu çalışma, mevcut durumsal faktörlerin yanı sıra potansiyel başka bireysel rahatlamayı artırıcı ve nötralizasyonu sağlayıcı çevresel/durumsal faktörleri ele almaktadır. Bunlardan ilki bir sonraki bölümde detaylarıyla sunulan *durumsal belirsizliğin varlığı*dır. İkinci durumsal faktör ise tüketicinin markayla ilişkisine yönelik algısı üzerinde doğrudan bir etkiye sahip olan *aldatılmış hissetme* duygu durumunun varlığı olarak seçilmiştir. Bu nedenle, bu çalışma, tüketici davranışlarını daha ayrıntılı şekilde açıklamaya yardımcı olabilecek biri doğrudan ilişkiye dayalı *aldatılmış hissetme*, diğeri ilişkiden bağımsız *durumsal çapraşıklık* olmak üzere iki durumsal motivasyon üzerinde çalışmaktadır.

Aldatılmış Hissetme

Adil fiyat (price fairness) algısı, tüketicinin satıcının ürüne biçtiği değere yönelik algısına dayanır (Thaler, 1985). Adil olmayan fiyat (price unfairness) algısı ise yine tüketicinin bu defa satıcının ürüne değerinin üstünde bir bedel biçtiğine yönelik öznel bir algıdır (Sinha ve Batra, 1999). Fiyat karşılaştırmaları da tüketicilerde eşitsizlik algısı doğurabilir. Eşitsizlik tüketicinin lehine ise

tüketicide suçluluk ya da rahatsızlık duygusu oluşturabilirken, tüketicinin aleyhine olduğunda ise hissedilen duygu çoğunlukla haksızlıktan kaynaklanan öfke olmaktadır (Vaidyanathan ve Aggarwal, 2003; Xia vd., 2004).

Bireylerin adalet ve karşılıklılık ilkesine önem vermesi (örn, Camerer, 2003; Fehr ve Schmidt, 1999) yaşanan herhangi bir ihaneti, tüketicileri tüm olanaklarıyla adaleti geri getirmeye yönlendiren ana motivasyonel bir güç haline getirir (Grégoire ve Fisher, 2008). Bunlar arasında misilleme (retaliation) de vardır. Bu da tüketici eylemlerini bir markayı cezalandırmayı ve rahatsız etmeyi amaçlayan davranışlar olarak ifade edilebilir (Bechwati ve Morrin, 2003; Grégoire ve Fisher, 2006). Bu bakış açısından ele alındığında maruz kalınan haksızlık, adaletsizlik karşı tarafta artan bir ihanet duygusu doğurur (Elangovan ve Shapiro, 1998; Grégoire ve Fisher, 2008; Koehler ve Gershoff, 2003). Bu da bireyleri adaleti yeniden tesis etmeye zorlar. Bireyler bunu yaparken de telafi (reparation) talep etme ve/veya intikam alma (retaliation) olmak üzere iki temel mekanizmayı kullanır (Walster vd., 1973).

Hakkaniyet teorisine (equity theory) göre eşitsizlik algısı dezavantajlı tarafta stres ve sinir yaratır (Martins ve Monroe, 1994). İnsanoğlu içsel olarak uyum arayışındadır ve içsel uyumunu/dengesini bozan durumları gidermek ister (Heider 1958). Bunu yaparken de ya eşitsizliğe taraf olandan, bu çalışmada markadan, kendi içinde bulunduğu dezavantajlı durumu düzeltmesi için telafi isteyecektir ya da markaya misilleme yapma, öç alma şeklinde zarar vererek kendi içinde uyumu geri yakalama yoluna gidecektir (Walster vd., 1973). Tüketici ilk yolu seçerek, markadan bir telafi talep ettiğinde ve talebi karşılanmadığında (yani hizmet hatasının telafi edilmemesi olarak ikinci bir hata daha yapılması: çifte sapma-double deviation), tüketicinin öç alma duygusu kolaylıkla tetiklenebilmektedir (Joireman vd., 2016).

Telafi, bir hizmet ortamında, tazminat, adaleti geri getirme için olumlu ve yapıcı bir mekanizmadır. Bu bir şirketin müşterilere hatalarının tazmini veya telafisi olarak sunduğu her türlü çabayı içerir (cf. Walster vd., 1973). Değişim veya arızalı bir ürünün onarılması, bir indirim veya geri ödeme sunma, özür dileme veya şikayetlere hızlı bir şekilde yanıt verme gibi birçok tazminat şekli vardır (Smith vd., 1999). Buna karşılık müşteri intikamı, müşterilerin hissettikleri zararları cezalandırmak ve zor durumda bırakmak için çaba göstermelerini içerir. Müşterilerin durumlarının bir şey olarak veya iyileştirerek geliştirmeye çalışılan telafinin aksine, intikam bir şirketi bir şekilde zarar verme arzusu tarafından motive edilir (Walster vd., 1973). Telafi genellikle düzeltici niteliktedir, intikam ise çoğunlukla cezalandırıcıdır. Bu çalışma ise bu iki kavramın ortasında yer alan ve her ikisine de ortak özellikleri olan bir üçüncü mekanizmanın varlığını öne sürmektedir: *Öz-telafi edici davranış*.

Hizmet hatasının telafi edilmemesi ile ikinci bir hata daha yapılması durumuyla karşı karşıya kalan tüketici aynı anda hem öç alma, bunu yaparken de finansal ve/veya psikolojik zararını kendi kendine telafi etme motivasyonuna sahip olabilir. Her iki motivasyonun bir arada olması bu çalışmada öz-telafi amaçlı etik dışı davranış olarak nitelendirilmektedir. Öz-telafi amaçlı etik dışı davranışta bulunan tüketicinin kendince haklı bir nedeni bulunmakta ve bu haklı nedenden yola çıkarak, hakkaniyet duygusu zedelenmiş tüketici eş zamanlı olarak hem finansal zararını telafi etme hem de markanın yaptığıнын bedelini ödemesi arzusu ile kendince adaleti, eşitliği sağlama yoluna gidebilir. Daha açık bir ifadeyle tüketiciler kendilerini marka tarafından kandırılmış/aldatılmış hissettiklerinde adalet algıları zedelenebilir ve bu da karar verme süreçlerinin olumsuz etkilenmesine neden olabilir. Kendilerini marka tarafından kandırılmış/aldatılmış hisseden tüketiciler bir de bu durumun telafi edilmemesi durumunda elverişli ortam buldukları takdirde markaya karşı etik dışı davranış sergileme eğilimi gösterebilirler. Dolayısıyla marka tarafından kandırılmışlık/aldatılmışlık hissi yaşayan hakkaniyet duygusu zedelenmiş tüketiciler, markayla kendilerini eşitlemek ve içsel dengelerini bozan bu negatif durumu telafi etmek adına karşılarına çıkan fırsatları değerlendirerek markanın telafi etmediği durumu kendi etik dışı yöntemleri ile telafi etme (öz-telafi amaçlı dürüstlük dışı tüketici davranışı) ve eşitliği sağlama yoluna gidebilirler.

Öz-telafi etme kavramı toplumsal bilimlerde nadiren kullanılırken, farklı alanlardan gelen araştırmalar, kavramın anlamı konusunda bir fikir birliği oluşturmuştur. Çeşitli literatürden gelen ortak anlam çerçevesinde, bu çalışma, intikam ve tazminatın yanı sıra adaleti yeniden tesis etme mekanizmasının üçüncü bir mekanizmasının olabileceğini göstermeyi amaçlamaktadır. Bu çalışma, tüketicilerin kendilerini telafi edici davranışlara girmeleri durumunda hem adaleti yeniden sağlamak hem de durumlarını geliştirmek için girdi ve çıktılarını değiştirecek şekilde davrandıklarını göstermeyi amaçlamaktadır. Bunu yaparak, tüketiciler sadece adaleti sağlamakla kalmaz, aynı zamanda bunu kendi yollarıyla yaparlar. Sonuç olarak, kendilerini aldatılmış olarak hisseden tüketicilerin adalet algısı, yargılama ve karar verme süreçleri bozulabilir ve bu aldatılmışlık hissi öz-telafi mekanizmasının bir parçası olarak dürüstlük dışı davranış sergilemelerine neden olabilir.

H1: Telafi edilmemiş fiyat adaletsizliği uygulamasına maruz kalarak aldatılmış/kandırılmış hisseden tüketiciler öz-telafi amaçlı dürüstlük dışı tüketim davranışı eğilimi gösterirler.

Çapraşıklık

Çapraşıklık (ambiguity) kavramı literatürde bir durumun, bilginin ya da davranışın birden fazla şekilde yorumlanabildiği, diğer bir deyişle aynı davranış ve bilginin farklı yorumlarının farklı yorumlanabilecek sonuçlar doğurduğu durumlar için kullanılan bir ifadedir (Pittarello vd. 2015, Shalvi vd., 2015). Kelimenin özü olan *ambiguitatem* Latince "iki anlam" anlamına gelir ve iki anlamı vardır: İlk olarak, bir şeyi (bilgi, davranış veya durum) iki veya daha fazla şekilde yorumlamak mümkün olduğunda çapraşıklık oluşabilir ve durumlar daha geniş bir yorum yelpazesi mümkün olduğunda daha karmaşık hale gelir. Örneğin, bir ifade, aynı bağlamda mantıklı bir şekilde anlam taşıyan iki veya daha fazla farklı şekilde yorumlanabilirse, çapraşıklık ortaya çıkar. İkinci olarak, bir şeyi açıklamada veya anlamada eksiklik olduğunda çapraşıklık oluşur, çünkü eksiklik anlamı belirsizleştirir. Örneğin, bir ifade veya durum, yetersiz veya eksik olduğunda veya genel olarak kabul edilen anlamı ile uyuşmadığında çapraşıklık oluşabilir (Hill ve McGowan, 1999; Mason vd., 1997).

Çapraşıklık kavramı hem bireylerin hem de organizasyonların, özellikle belirsiz durumlarla başa çıkmada, böyle durumlarla başa çıkma açısından daha iyi anlayış geliştirme ve daha iyi karar verme gereksinimleri ile ilgilidir (Daft ve Lengel, 1986; Knight, 1921). Çapraşıklık, bireylerin, organizasyonların ve toplulukların, çeşitli faktörleri anlamak ve yönetmek için kullandıkları birçok stratejik plan ve karar verme sürecinin bir parçasıdır. Bu stratejik planlar ve kararlar, bireylerin belirsiz durumları daha iyi anlamalarına, bu durumları daha etkili bir şekilde yönetmelerine ve nihayetinde daha iyi sonuçlar elde etmelerine yardımcı olabilir (Weick, 1979).

Çapraşıklık, organizasyonlarda ve tüketici davranışlarında sıklıkla karşılaşılan bir faktördür (Dean, 2004; Dean ve Biswas, 2001; Dean vd., 2000; Dean vd., 1998; Mael vd., 1992; Ravasi ve Schultz, 2006). Özellikle aldatıldığını düşünen tüketicilerin durumu, belirsizliği artırabilir çünkü bu tür tüketiciler, gerçekleri ve gerçekleri anlamaya veya yorumlamaya çalışırken daha fazla çapraşıklık yaşayabilirler. Bu, tüketicilerin duygusal tepkilerini, düşüncelerini ve davranışlarını etkileyebilir ve böylece aldatıldığını düşünen tüketicilerin, organizasyonlarıyla etkileşimde belirsizliği yönetme ihtiyacını artırabilir.

Çapraşıklık durumlarında, bireyler genellikle daha fazla bilgi ararlar. Çünkü çapraşıklık düzeyi yüksek olduğunda bireylerin de bu çapraşıklık düzeyini azaltma eğilimleri istekleri artacaktır. Bu nedenle, çapraşıklık düzeyi yükseldiğinde, insanlar genellikle daha fazla bilgi ararlar. Belirsizliği azaltmanın bir yolu, daha fazla bilgi toplamaktır çünkü daha fazla bilgi

toplamak, insanların belirsizliği azaltma ihtiyacını karşılamalarına yardımcı olabilir (Kaplan vd., 1978). Ancak daha fazla bilgi arama, aynı zamanda daha fazla çapraşıklık yaratabilir, çünkü daha fazla bilgi toplamak, daha fazla bilgi eksikliği ve karmaşıklığı yaratabilir (Daft ve Lengel, 1986). Bu nedenle, çapraşıklık altındayken, tüketicilerin, organizasyonlarına karşı düşmanca davranışlarda bulunmaları ve daha fazla belirsizliği yaratma riski taşıyan davranışlar sergileme olasılıkları daha yüksek olabilir.

Daha önce belirtildiği gibi, aldatıldığını düşünen tüketici, bir markayla dengeyi sağlamak amacıyla dürüstlük dışı davranışlarda bulunma eğiliminde olabilir. Aldatıldığını hissetmenin ötesinde, bir markayla dengeyi sağlamak amacıyla dürüstlük dışı davranışlarla sonuçlanan bir iç ilişkilere dayalı motivasyon olan durumsal çapraşıklık ise kandırılmış tüketicilerin kendine telafi yöntemine başvurarak davranışlarını daha rahatlıkla rasyonelize etmelerini sağlayarak onlara uygun bir ortam sunacak ve dürüstlük dışı davranışa zemin hazırlayacaktır.

Dolayısıyla durumsal çapraşıklık (situational ambiguity) kişilerin, etik değerlerine ve algılama biçimlerine göre farklı yorumlanabilen çevresel değişkenleri daha fırsatçı olarak yorumlamalarına sebep olabilir. Tüketiciler kendilerini, farklı yorumlanması mümkün bir durumsal çapraşıklık içerisinde bulduklarında, bunu fırsat olarak algılayıp kendi kişisel çıkarlarına hizmet eden hatalar yapabilirler. Bu tartışmaya dayanarak aşağıdaki hipotez ileri sürülebilir:

H2: Tüketiciler aldatma fırsatını bulduklarında (durumsal çapraşıklık altında), dürüstlük dışı tüketim davranışı eğilimi gösterirler.

Özetle, tüketiciler markaya karşı verilecek tepkinin kesin olarak belli olmadığı durumlarda (durumsal çapraşıklık) söz konusu açığı kendi çıkarlarına kullanmakta bir sakınca görmeyebilirler ve hatta kendilerini hala dürüst olarak nitelendirmeye devam edebilirler. Öte yandan, en başta marka tarafından kandırılmış/aldatılmış olma duygusu, tüketicileri markayı mağdur olarak görmemeye iterek onlara karşı dürüstlük dışı davranmayı daha akla uygun kılabılır. Dolayısıyla bu çalışmada biri ilişkisel (marka tarafından kandırılmışlık hissi), diğeri durumsal olan (ne yönde tepki verileceğinin ilgili durumda çapraşık olması) olmak üzere iki durumsal faktörün tüketicinin dürüstlük dışı davranışını tetikleyeceği öngörülmektedir.

H3: Aldatılmış hisseden tüketici durumsal çapraşıklık altındayken kendini aldatan markaya/firmaya karşı daha fazla dürüstlük dışı davranış sergileme eğiliminde olacaktır.

YÖNTEM

Deneysel tasarıma sahip bu çalışma aşağıdaki araştırma sorularına cevap verme amacı taşımaktadır:

- Tüketiciler neden ilişki içinde oldukları markalara karşı dürüstlük dışı davranışlar sergiler?
 - Tüketiciler hangi koşullarda bu markalara karşı daha fazla dürüstlük dışı davranış sergiler?
- 2 (aldatılmışlık hissi vs. kontrol grubu) X 2 (çapraşık durum vs. kontrol grubu) faktöriyel deneysel tasarıma sahip bu çalışma aldatılmışlık hissiyatı ve durumsal çapraşıklıkla etkileşimini test ederek şu amaçları gerçekleştirmeyi planlamaktadır:
- Tüketici önceden ilişki içinde olduğu marka tarafından aldatıldığını düşünmenin, tüketiciyi markaya karşı hile yapmaya yöneltip yöneltmediğini gözlemlemek
 - Tüketici dürüstlük dışı davranış olasılığının, durumsal çapraşıklık altında daha yüksek olup olmadığını gözlemlemektir.

Bir deneyde, bir veya daha fazla işlem değişkeni, bağımsız değişken(ler) üzerinde yapılan değişikliklerin bağımlı değişken(ler) üzerinde etkisi olup olmadığını gözlemlemek amacıyla değiştirilir. Deneysel araştırma tasarımı, toplanan verileri analiz etmek ve geçerli ve objektif sonuçlar üretmek için etkili bir prosedürdür. Deneysel tasarım, araştırmanın amaçlarını belirlemek ve deney için en uygun süreci seçmekle başlar. Önceden detaylı deneysel planlara sahip olmak, iyi tasarlanmış deneylerin yürütülmesi için önemlidir. İyi tasarlanmış deneyler, belirli bir süre ve çaba içinde elde edilen bilgi miktarını maksimize eder. Bu nedenle geçerli ve güvenilir sonuçlar elde etmek için en uygun araştırma yöntemini seçmek önemlidir (D'Amato et al., 2014).

Çalışmada, katılımcılar, çapraşıklık altında aldatıldıklarına dair senaryolarla manipüle edilir. Ardından, katılımcılar karşılaştıkları duruma karşı dürüst veya dürüstlük dışı tepkilerini görmeyi amaçlayan, yalan davranış sorularını yanıtlarlar.

Manipulasyon senaryolarının gerçekliğini arttırmak amacıyla fiktif hayali bir marka yerine bireylerin kendi sevdiği markaları düşünerek senaryoları okumaları istenmiştir. Katılımcılar dört farklı manipülasyon senaryosu grubuna rassal olarak atanmıştır.

Katılımcılar, aldatıldıkları hissini ve durumsal belirsizliğin manipüle edildiği senaryoları okuduktan sonra karşılarına markayı geri aldatmalarına olanak verecek dürüstlük dışı davranış soruları ile karşılaşılır. Bu sorular literatürde yer alan Muncy ve Vitell (1992)'in çalışmasına dayanan üç tür

tüketici davranışı arasından (aktif dürüstlük dışı, pasif dürüstlük dışı ve dürüst davranış) bir seçim yapmalarını gerektiren seçeneklere yanıt verirler (Bkz. Tablo 3)

SONUÇLAR

Amazon Mechanical Turk (MTurk) üzerinden toplam 257 kişi ödeme karşılığında çalışmaya katıldı. 257 katılımcının %40'ı 26 ila 35 yaş arasında, %24'ü 36 ila 49 yaş arasındaydı. Katılımcıların %48'i kadındı. Katılımcılar, hissedilen aldatılma (aldatılmamış vs. aldatılmış) ve çapraşık durumlar (çapraşık değil vs. çapraşık) manipüle edilen dört senaryodan birine rastgele atanmıştır. Bu çalışmanın temel amacı tüketicinin aldatıldığını hissettiğinde çapraşıklık içeren bir durumda dürüst davranıp davranmama eğilimine sahip olup olmadığını anlamaktır.

Açıklayıcı Faktör Analizi sonuçlarına göre tüm kavramlar kritik değerin üzerinde ($\alpha > 0.70$) sonuç vermiş ve güvenilirlik testini geçmişlerdir. Açıklayıcı Faktör Analizi sonuçları ve güvenilirlik testlerinin sonuçları Tablo 2 ve Tablo 3'te paylaşılmaktadır.

Tablo 2: Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları: Durumsal Çapraşıklık Ölçeğinin Faktör Yükleri ve Cronbach's Alpha Değerleri

Items for Situational Ambiguity	Factor Loadings	Cronbach's Alpha
In the case stated in the scenario, the behavior that consumer should do is <i>non-predictable – predictable</i>	.851	
In the case stated in the scenario, the behavior that consumer should do <i>varies from a person to another - does not vary from a person to another</i>	.759	.806
In the case stated in the scenario, the behavior that consumer should do is <i>not standard - standard</i>	.909	
In the case stated in the scenario, the behavior that consumer should do is <i>not obvious - obvious</i>	.858	

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO): .806

Bartlett's Test of Sphericity: $p < 0.01$

Tablo 3 : Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları: Dürüstlük Dışı Davranış Ölçeğinin Faktör Yükleri ve Cronbach's Alpha Değerleri

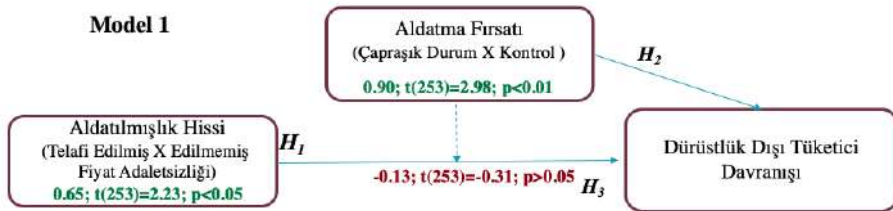
Items for Dishonest Consumer Behavior	Factor Loadings	Cronbach's Alpha
I keep it low, pay the lower price, and leave the store (Pasif Davranış)	.907	
I keep it low, go and grab another one and leave the store by paying the lower price for both of them (Aktif Davranış)	.784	.799
I warn the cashier about the real price tag and take the risk of paying more (Dürüst Davranış)	.774	

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO): .595

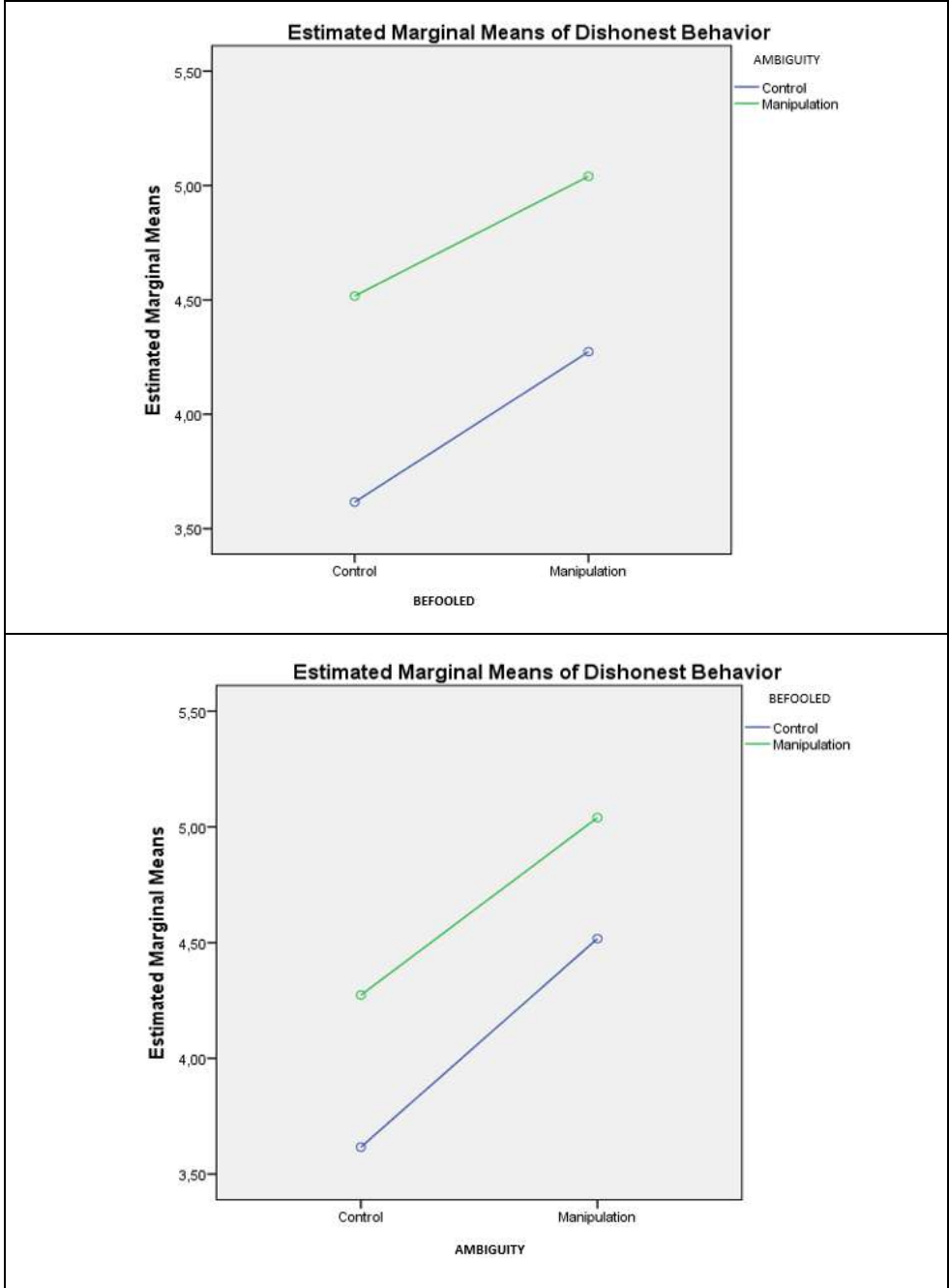
Bartlett's Test of Sphericity: $p < 0.01$

Açıklayıcı faktör analizleri ve güvenilirlik testlerinin ideal sonuçlarının ardından manipülasyon senaryolarının çalışıp çalışmadığı test edilmiştir. Yapılan bağımsız örneklem t-testi, belirsizliğin (MA=2.93 vs. MNA=5.64; $F=32.77$, $p < 0.05$) ve aldatıldığını hissetmenin (MC=1.32 vs. MNC=1.74; $F=5.32$, $p < 0.05$) manipülasyon kontrolü için istatistiksel olarak anlamlı olduğunu göstermekte olup model testine devam edilebilirliğini göstermektedir. Ayrıca, çalışmanın senaryo inandırıcılığı kritik değer olan 4'ün üzerinde olup anlamlı bulunmuştur ($M=5.96$, $p < 0.05$).

Manipülasyon kontrolleri takip eden ana model testinde, hissedilen aldatılma (aldatıldı vs. aldatılmadı) $\times$ durumsal çapraşıklık (çapraşık vs. çapraşık değil) koşullarının dürüstlük dışı tüketici davranışının sonucunu tahmin eden bir öngörücü olarak test edilmesi amacıyla PROCESS makro bootstrapping prosedürü (Model 1: 10.000) kullanmıştır (Hayes, 2018). Sonuçlar, hissedilen aldatılma ($\beta=0.65$; $t(253)=2.23$; $p < 0.05$) (H1 desteklendi) ve çapraşıklık ($\beta=0.90$; $t(253)=2.98$; $p < 0.01$) (H2 desteklendi) ana etkilerinin tüketici dürüstlük dışı davranışı üzerinde etkili olduğunu gösterirken, "0"ı içeren moderasyon güven aralığı (Zhao, Lynch ve Chen, 2010) bu faktörlerin birbirleriyle etkileşimde olmadığını göstermiştir ($\beta=-0.13$; $t(253)=-0.31$; $p > 0.05$) (H3 reddedildi).



Şekil 1: Durumsal çapraşıklığın (çapraşık X çapraşık olmayan) Aldatılmış Hissetme ve Dürüstlük dışı Tüketici Davranışı arasındaki ilişki üzerindeki Düzenleyici Etkisi



Şekil 2: Durumsal çapraşıklık (çapraşık durum X çapraşık olmayan-net durum) ve aldatılmış hissetme (aldatılmış hissetme X hissetmeme) koşullarında Tüketicilerin Dürüstlük Olmayan davranış sergileme eğilimlerine ait Ortalama değerler (mean values)

TARTIŞMA VE SONUÇ

Adams'ın Adalet Teorisi (1965) tarafından ileri sürüldüğü gibi, insanlar sosyal değişimlerde dengeyi koruma motivasyonuna sahiptirler; bu nedenle, haksız bir sosyal değişim tarafından mağdur edildiklerinde, dengeyi farklı mekanizmalar aracılığıyla yeniden sağlama eğilimindedirler. Bu çalışma tüketim bağlamında, markalar tarafından aldatılan veya diğer bir deyişle kendini kandırılmış hisseden tüketicilerin mağduriyetlerini kendine telafi yolu seçerek tazmin etmek için markalara karşı dürüstlük dışı davranışlarda bulunduğunu ve bunun bir tür denge sağlama mekanizması olarak değerlendirildiğini ileri sürer. Ayrıca farklı farklı yorumların veya tereddüt duygusunun yolunu açan durumsal belirsizliğin, tüketicilerin içsel dengeyi yeniden sağlamak amacıyla (Mazar et al., 2008) aldatıcı davranışlara girmesine neden olabilecek bir ortam yaratabileceğini kuramsal ve ampirik olarak ortaya koyar.

Marka tarafından çifte sapmaya maruz kalan ve kendini kandırılmış hisseden bir tüketicinin açığa çıkan öz-telafi etme isteği tüketicilerin adaleti kendi başlarına sağlamak amacıyla dürüstlük dışı davranışlara girmelerine yol açabilir. Tüketicilerin kasıtlı olarak dürüstlük dışı eylemleri, geniş bir sektör ve endüstri yelpazesi üzerindeki şirketler için büyük zorluklar oluşturur (Fisk vd., 2010; Fullerton ve Punj, 2004). Kızgın müşterilerin işlevsiz faaliyetleri, organizasyonlar, personel ve işverenler için oldukça psikolojik, fiziksel ve mali bir maliyet oluşturur (Harris ve Reynolds, 2003).

Tüketicilerin mevcut beklentileri marka hakkındaki değerlendirmelerini ve algılarını etkiler (Creyer ve Ross, 1997). Firmalar tüketicilerin önceden sahip oldukları beklentileri karşılayamadıkları durumda (Zeelenberg ve Peeters, 2004) bu durum müşterilerde öfke, pişmanlık, üzüntü ve memnuniyetsizlik gibi olumsuz duygulara neden olabilir (Luoma-aho, 2015). Özellikle öfke, müşterileri olumsuz katılım davranışlarına yönlendiren en yaygın duygu olarak görülmektedir (Sánchez-García ve Currás-Pérez, 2011). McColl-Kennedy ve Smith (2006) tarafından hizmet sektöründe yapılan bir çalışmada katılımcıların sağlanan hizmetlerde hayal kırıklığı ve memnuniyetsizlikle ilişkilendirilen hislerin hizmet sağlayıcıları tarafından aldatılma ve ihanete uğramışlık olduğunu göstermektedir. En nihayetinde de bir tüketici, bir organizasyonu veya bireyini bir olay veya başarısızlık nedeniyle suçladığında, ortaya çıkan olumsuz duygular, olumsuz tüketici-marka etkileşimine ve müşteri şikayetlerinin ortaya çıkmasına neden olur (Luoma-aho, 2015).

Bu nedenle bu çalışma tüketicilerin dürüstlük dışı davranışları üzerindeki aldatılmış duygusunun önemine vurgu yapmayı amaçlamaktadır. Gerekçelendirme mekanizmasının temelinde, bir yanlış davranışın nedenini rasyonelleştirmek ne kadar daha kolaysa tüketicilerin dürüstlük dışı davranışlar

sergileme olasılıkları da o kadar yüksektir. Aynı şekilde, Grove vd. (1989) tarafından belirtilen mağdurluğun inkâr edildiği rasyonelleştirme tekniği de tüketiciyi doğruluğun sınırlarının dışına çıkmaya hak kazandıran bir durum yarattığını söyler. Bu nedenle aldatılan tüketiciler artık kendini aldatan taraf için yaratacakları bir mağduriyet durumunda firmayı bir mağdur olarak değil aksine haksızlığa uğramayı hak eden ve kötü davranışların sonuçlarına layık olan bir hedef olarak görmeyi seçebilirler.

Öte yandan bu çalışmanın sonuçları hissedilen aldatılma ve çapraşıklık durumları arasında herhangi bir etkileşimi göstermemektedir. Bunun yerine tüketicilerin bir marka ya da firmayı bir aldatıcı olarak algılasınlar ya da algılamasınlar, tüketicilerin davranışlarını rasyonelleştirebilecekleri durumlar (örneğin, çapraşık bir durumda olmak) söz konusu olduğunda dürüstlük dışı davranışlarda bulunma eğiliminde olduklarını önermektedir.

Tüketiciler, aldatıldıklarını veya zarar gördüklerini hissettikten sonra dürüstlük dışı davranışlarda bulunmaya karar verdiklerinde, aldatılan tüketiciler markayı geri aldatma eğilimindedirler. Sonuç olarak, tüketiciler, bir markanın belirli aldatıcı veya davranışsal hatalarına maruz kaldıklarında mağdur hissedebilirler ve bu kaybı telafi etmek amacıyla dürüstlük dışı davranışlarda bulunmaları ise uzun vadede tüketici-marka ilişkisine zarar verebilirler (Krishnan, 2008).

Bu araştırma, tüketicilerin fırsat elde etme olanağı olduğunda (örn, durumsal çapraşıklık) dürüstlük dışı davranışlarda bulunma eğiliminde olduklarını göstererek önceki çalışmaları desteklemektedir. Bireyler adalet ve karşılıklılık konusunda hassastırlar (örn, Camerer, 2003; Fehr ve Schmidt, 1999) ve hizmet geri kazanım girişimlerine olan adalet algıları, öfke, hayal kırıklığı, mutluluk ve zevk gibi duygusal tepkilerine etki etmektedir (Chebat ve Slusarczyk, 2005; DeWitt et al., 2008).

Farklı tür adaletin ihlali, farklı geri kazanım stratejilerini gerektirir (Smith et al., 1999). Dağıtımsal adaleti algısı, sonuç başarısızlıklarına odaklandığı için firmalar genellikle başarısızlık tazminatını indirimler, iadeler veya mağaza kredileri sunarak iyileştirme yoluna giderler. Öte yandan, zamanlama ve hız, prosedürel adaletle daha fazla ilişkilidir ve bu, genellikle prosedürlerin algılanan adilliğiyle ilgilidir (Tax et al., 1998). Tüketiciler ayrıca etkileşimsel adalet yani nasıl muamele gördükleri konusunda da hassastır. Etkileşimsel adalet ihlali durumunda, iyileştirme girişimleri nezaket, özür, kibarlık ve müşteriyle ilgilenme çabalarını kapsamalıdır (Choi ve Choi, 2014).

Bir hizmet hatası daha ciddi bir şekilde algılandığında, tazminatın bir telafi stratejisi olarak etkisi de yüksektir. Öte yandan, bir hizmet hatası daha hafif bir şekilde algılandığında, maddi tazminatın etkisi, tüketicinin telafiden duyduğu

memnuniyeti zayıflatabilir (Smith et al. 1999). Austin ve Walster'ın (1974) çalışmasının gösterdiği gibi tüketicilerin aşırı ödüllendirildiğinde daha az memnun olabileceğini diğer bir ifadeyle bu sefer de değiş tokuşun adaletsizliği konusunda suçluluk duyabileceğini göstermektedir. Hizmet telafisi uygun olarak, bu araştırma, markanın ilk etapta telafi gerektiren adaletsiz bir durum olduğunda, tüketicinin taraflarından birinde kendine telafi isteği oluşturabileceğini ve bu durumun tüketicinin dürüstlük dışı davranışlarda bulunmasına yol açabileceğini öne sürmektedir. Ancak bu noktada dikkat edilmesi gereken bir risk doğabilir. Bu da daha sonra elde edilen haksız kazancın tüketiciyi değiş tokuşun adaletsizliği veya kendi başladığı kendine telafi yönteminin haksızlığı konusunda suçlu hissettirebilir. Böyle bir durumda uzun vadede tüketici-marka ilişkilerinde dengeyi ve karşılıklı güveni bozabilir. Bu nedenle bir marka, kazara bir ürün veya hizmet hatasına yol açtığında, hatayı fark etmeli ve tüketicinin kendi kendine telafi yöntemine yönelmesine fırsat vermeden doğan zararı tazmin etmesi uzun süreli tüketici ilişkileri açısından büyük önem taşımaktadır.

Bu çalışmanın birkaç sınırlaması gelecekteki araştırmalar için bir rehber olabilir. Bu araştırmaya katılan tüketicilere fiktif hayali bir marka üzerinden sorular yönetilmek yerine çalışmanın dışsal geçerliliğinin artırılması amacıyla katılımcıların soruları kendi hayatlarında sevdikleri markalarını düşünerek yanıtlamaları istenmiştir. Dolayısıyla tüketicilerin sevdikleri markalarıyla olan ilişkileri üzerinden test edilen bu çalışmanın gelecekte kişiler için özel bir anlam taşımayan marka/firmalarla da yapılarak çalışmanın genellenebilirliğini artırma yoluna gidilmelidir. Bu çalışmanın kısıtlarından bir diğeri de dürüstlük dışı davranış kavramının otobiyografik anlatımla ölçülmesinin zorluklarından (Baumeister vd., 1994) kaynaklanmaktadır.

Deneyssel tasarımdan kaynaklanan kısıtlara rağmen kavramlar arasındaki nedensel ilişkileri anlamak için kontrollü deneylere ve sonuçlarına duyulan ihtiyaç bu çalışmanın önemini göstermektedir. Nitelim bu çalışmanın sonuçları uzun vadeli tüketici ilişkilerini önem veren marka ve firmalar açısından önem taşımaktadır. Markalar, tüketicilerin adalet algılarını bozduklarında ve hatayı hemen düzeltmek yerine tüketicileri kendi telafi yöntemlerini uygulamaya yönltecek sistemsel açıklar yarattıklarında mevcut tüketici-marka ilişkisinde ikinci bir hataya mahal vererek etik dışı tüketici davranışına neden olabilirler. Bu da uzun vadede tüketicilerin marka ile olan ilişkilerine zarar verebilir. Bu nedenle, markalar öncelikle çevresel tetikleyicilere, çeldiricilere dayalı tüketicilere hile yapma şansı sağlayabilecek var olan herhangi bir açığı ortadan kaldırmalı yani kendi çitlerini onarmalıdır.

REFERANSLAR

- Adams, J. S. (1965). Inequity in social exchange. In L. Berkowitz, (Ed.), *Advances in Experimental Social Psychology*, (Vol. 2, pp.267-299). New York : Academic Press.
- Akers, R. L., Krohn, M. D., Lanza-Kaduce, L., ve Radosevich, M. (1979). Social learning and deviant behavior: A specific test of a general theory. *American Sociological Review*, 44(4), 636-655.
- Al-Khatib, J. A., Vitell, S. J., ve Rawwas, M. Y. (1997). Consumer ethics: A cross-cultural investigation. *European Journal of Marketing*, 31(11/12), 750-767.
- Ariely, D., ve Jones, S. (2012). *The (honest) Truth about Dishonesty: How We Lie to Everyone, Especially Ourselves* (Vol. 336). New York, NY: HarperCollins.
- Ashworth, L., Dacin, P., ve Thomson, M. (2009). Why on earth do consumers have relationships with marketers. In D. J. MacInnis, C. W. Park & J. W. Priester (Eds.) *Handbook of Brand Relationships*, (pp. 82-106). Routledge.
- Atkinson, R.L., Atkinson, R.C., Smith, E.E., Bem, D.J. ve Nolen-Hoeksema, S. (1996), *Hilgard's Introduction to Psychology*, (12th ed.). Harcourt Brace College Publishers, Orlando, FL.
- Austin, W., ve Walster, E. (1974). Reactions to confirmations and disconfirmations of expectancies of equity and inequity. *Journal of Personality and Social Psychology*, 30(2), 208.
- Babakus, E., Bettina Cornwell, T., Mitchell, V., ve Schlegelmilch, B. (2004). Reactions to unethical consumer behavior across six countries. *Journal of Consumer marketing*, 21(4), 254-263.
- Bandura, A. (1991). Social cognitive theory of moral thought and action. In W. M. Kurtines & J. L. Gewirtz (Eds.), *Handbook of moral behavior and development* (Vol 1, pp. 45-103). Hillsdale, NJ:Erlbaum.
- Baumeister, R. F., Bratslavsky, E., Finkenauer, C., ve Vohs, K. D. (2001), Bad is stronger than good. *Review of general psychology*, 5(4): 323-370.
- Beauchamp, T. L. ve N. E. Bowie, (Eds.). (1979). *Ethical Theory and Business*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Bechwati, N. N., ve Morrin, M. (2003). Outraged consumers: Getting even at the expense of getting a good deal. *Journal of Consumer Psychology*, 13(4), 440-453.
- Becker, G. S. (1968). Crime and punishment: An economic approach. *Journal of Political Economy*, 76(2), 169-217.

- Berry, L. L., ve Seiders, K. (2008). Serving unfair customers. *Business Horizons*, 51(1), 29-37.
- Bitner, M. J., Booms, B. H., ve Mohr, L. A. (1994). Critical service encounters: The employee's viewpoint. *The Journal of Marketing*, 58, 95-106.
- Camerer, C. (2003). *Behavioral game theory: Experiments in strategic interaction*. Princeton University Press.
- Chebat, J.C. ve Slusarczyk, W. (2005). How emotions mediate the effects of perceived justice on loyalty in service recovery situations: an empirical study. *Journal of Business Research* 58(5), 664-673.
- DeWitt, T., Nguyen, D.T. ve Marshall, R. (2008). "Exploring customer loyalty following service recovery: the mediating effects of trust and emotions", *Journal of Service Research*, 10(3), 269-281.
- Choi, B., ve Choi, B. J. (2014). The effects of perceived service recovery justice on customer affection, loyalty, and word-of-mouth. *European Journal of Marketing*, 48(1/2), 108-131.
- Creyer, E. H., ve Ross, W. T. (1997). Tradeoffs between price and quality: How a value index affects. *Journal of Consumer Affairs*, 31(2), 280-302.
- Cova, B., Gaglio, G., Weber, J., ve Chaniel, P. (2018). Organizational Sensemaking of Non-ethical Consumer Behavior: Case Study of a French Mutual Insurance Company. *Journal of Business Ethics*, 148(4), 783-799.
- D'Amato E., Daniele E., ve Mallozzi L. (2014) Experimental Design Problems and Nash Equilibrium Solutions. In: Kalyagin V., Pardalos P., Rassias T. (eds) *Network Models in Economics and Finance. Springer Optimization and Its Applications*, (Vol 100). Springer, Cham
- Dodge, H. R., Edwards, E. A., ve Fullerton, S. (1996). Consumer transgressions in the marketplace: consumers' perspectives. *Psychology & Marketing*, 13(8), 821-835.
- Elangovan, A. R., ve Shapiro, D. L. (1998). Betrayal of trust in organizations. *Academy of Management Review*, 23(3), 547-566.
- Fehr, E., ve Schmidt, K. M. (1999). A theory of fairness, competition, and cooperation. *The Quarterly Journal of Economics*, 114(3), 817-868.
- Fisk, R., Grove, S., Harris, L. C., Keffe, D. A., Daunt, K. L., Russell-Bennett, R., ve Wirtz, J. (2010). Customers behaving badly: a state of the art review, research agenda and implications for practitioners. *Journal of Services Marketing*, 24(6), 417-429.
- Frankena, W. (1963). *Ethics*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall

- Freestone, O., ve Mitchell, V. (2004). Generation Y attitudes towards e-ethics and internet-related misbehaviours. *Journal of Business Ethics*, 54(2), 121-128.
- Fullerton, R. A., ve Punj, G. (1993). Choosing to misbehave: A structural model of aberrant consumer behavior. *ACR North American Advances*. in NA - Advances in Consumer Research Volume 20, eds. Leigh McAlister and Michael L. Rothschild, Provo, UT : Association for Consumer Research, 570-574.
- Fullerton, R. A., ve Punj, G. (2004). Repercussions of promoting an ideology of consumption: consumer misbehavior. *Journal of Business Research*, 57(11), 1239-1249.
- Gino, F., Ayal, S., ve Ariely, D. (2009). Contagion and differentiation in unethical behavior: the effect of one bad apple on the barrel. *Psychological Science*, 20(3), 393-398.
- Grégoire, Y., ve Fisher, R. J. (2006). The effects of relationship quality on customer retaliation. *Marketing Letters*, 17(1), 31-46.
- Grégoire, Y., ve Fisher, R. J. (2008). Customer betrayal and retaliation: when your best customers become your worst enemies. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 36(2), 247-261.
- Grove, S. J., Vitell, S. J., ve Strutton, D. (1989). Non-normative consumer behavior and the techniques of neutralization. In *Proceedings of the 1989 AMA Winter Educators Conference*, 131, 135. Chicago, IL: American Marketing Association.
- Harris, L. C., & Reynolds, K. L. (2003). The consequences of dysfunctional customer behavior. *Journal of Service Research*, 6(2), 144-161.
- Hayes, A. F. (2018). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach (2st ed)*. Guilford Press.
- Heider, F. (1958): *The psychology of interpersonal relations*. New York: Wiley.
- Hunt, S.D. ve Vitell, S. (1986). A general theory of marketing ethics. *Journal of Macromarketing*, 8 (1), 5-16.
- Hunt, S.D. ve Vitell, S. (1993), The general theory of marketing ethics: a retrospective and revision. In Smith, N.C. and Quelch, J.A. (Eds). *Ethics in Marketing*, (pp. 775-784). Irwin, Homewood, IL,
- Hunt, S. D., ve Vitell, S. J. (2006). The general theory of marketing ethics: A revision and three questions. *Journal of Macromarketing*, 26(2), 143-153.
- Hunt, S.D. ve Vasquez-Parraga, A.Z. (1993), Organizational consequences, marketing ethics, and salesforce supervision. *Journal of Marketing Research*, 30(2), 78-90.

- Joireman, J., Grégoire, Y., ve Tripp, T. M. (2016), Customer forgiveness following service failures. *Current Opinion in Psychology*, 10: 76–82.
- Kaiser, H.F. (1974), An Index of Factorial Simplicity, *Psychometrika*, 39, 31-6.
- Krishnan, P. (2008). Consumer alienation by brands: Examining the roles of powerlessness and relationship types. (Order No. NR49106, University of Manitoba (Canada)). ProQuest Dissertations and Theses, 346. Retrieved from <http://160.75.22.2/docview/304431043?accountid=11638>
- Koehler, J. J., ve Gershoff, A. D. (2003). Betrayal aversion: When agents of protection become agents of harm. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 90(2), 244-261.
- Lesch, W. C., ve Brinkmann, J. (2011). Consumer insurance fraud/abuse as co-creation and co-responsibility: A new paradigm. *Journal of Business Ethics*, 103(1), 17-32.
- Los Angeles Times (2012), Apple to argue Samsung was warned products copied iPhone, iPad, <http://articles.latimes.com/2012/jul/26/business/la-fi-tn-apple-samsung-copied-20120726> Accessed 30.06.16.
- Lovelock (2001), *Services Marketing: People, Technology, Strategy*, 4th ed. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall
- Luoma-aho, V. (2015). Understanding stakeholder engagement: Faith-holders, hateholders & fakeholders. *RJ-IPR: Research Journal of the Institute for Public Relations*, 2(1).
- Martin, C. L. (1996). Consumer-to-consumer relationships: satisfaction with other consumers' public behavior. *Journal of Consumer Affairs*, 30(1), 146-169.
- Martins M. ve Monroe K. B. (1994), *Perceived Price Fairness: a New Look At an Old Construct*, Chris T. Allen ve Deborah Roedder John (Ed), *Advances in Consumer Research*, 21:75-78, Provo, UT: Association for Consumer Research.
- Mayo, M.A. ve Marks, L.J. (1990), An empirical investigation of 'the general theory of marketing ethics. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 18(2), 163-171.
- Mazar, N., Amir, O., ve Ariely, D. (2008). The dishonesty of honest people: A theory of self-concept maintenance. *Journal of Marketing Research*, 45(6), 633-644.
- McColl-Kennedy, J.R., ve Smith, A.K. (2006), Customer Emotions in Service Failure and Recovery Encounters. In Zerbe, W.J., Ashkanasy, N.M. and Härtel, C.E.J. (Ed.). *Research on Emotion in Organizations: Individual*

- and Organizational Perspectives on Emotion Management and Display* (pp.237-268). Oxford, UK Elsevier.
- Mills, M. K., ve Bonoma, T. V. (1979). Deviant consumer behavior: a different view. *ACR North American Advances*. in NA - Advances in Consumer Research Volume 06, eds. William L. Wilkie, Ann Abor, MI : Association for Consumer Research, 347-352.
- Mitchell, V. W., ve Ka Lun Chan, J. (2002). Investigating UK consumers' unethical attitudes and behaviours. *Journal of Marketing Management*, 18(1-2), 5-26.
- Mitchell, V. W., Balabanis, G., Schlegelmilch, B. B., ve Cornwell, T. B. (2009). Measuring unethical consumer behavior across four countries. *Journal of Business Ethics*, 88(2), 395–412.
- Moschis, G. P., ve Cox, D. (1989). Deviant consumer behavior. in NA - Advances in Consumer Research Volume 16, eds. Thomas K. Srull, Provo, UT : Association for Consumer Research, Pages: 732-737.
- Muncy, J. A., ve Vitell, S. J. (1992). Consumer ethics: An investigation of the ethical beliefs of the final consumer. *Journal of Business Research*, 24(4), 297-311.
- Murphy, P. ve G. R. Laczniak. (1981). Marketing Ethics: A Review with Implications for Managers, Educators and Researchers. *Review of Marketing*, 251-266.
- Pittarello, A., Leib, M., Gordon-Hecker, T., ve Shalvi, S. (2015), Justifications shape ethical blind spots. *Psychological Science*, 26(6): 794-804.
- Reynolds, K. L., & Harris, L. C. (2009). Dysfunctional customer behavior severity: An empirical examination. *Journal of Retailing*, 85(3), 321-335.
- Rozin, P., Lowery, L., Imada, S., ve Haidt, J. (1999). The CAD triad hypothesis: a mapping between three moral emotions (contempt, anger, disgust) and three moral codes (community, autonomy, divinity). *Journal of personality and social psychology*, 76(4), 574.
- Sánchez-García, I., ve Currás-Pérez, R. (2011). Effects of dissatisfaction in tourist services: The role of anger and regret. *Tourism Management*, 32(6), 1397-1406.
- Shalvi, S., Gino, F., Barkan, R., ve Ayal, S. (2015). Self-serving justifications: Doing wrong and feeling moral. *Current Directions in Psychological Science*, 24(2), 125-130.
- Sinha, I., ve Batra, R. (1999), The effect of consumer price consciousness on private label purchase. *International journal of research in marketing*, 16(3): 237-251.

- Strutton, D., Vitell, S. J., ve Pelton, L. E. (1994). How consumers may justify inappropriate behavior in market settings: An application on the techniques of neutralization. *Journal of Business Research*, 30(3), 253-260.
- Strutton, D., Pelton, L. E., ve Ferrell, O. C. (1997). Ethical behavior in retail settings: is there a generation gap?. *Journal of Business Ethics*, 16(1), 87-105.
- Sykes, G. M., ve Matza, D. (1957). Techniques of neutralization: A theory of delinquency. *American Sociological Review*, 22(6), 664-670.
- Tax, S. S., Brown, S. W., ve Chandrashekar, M. (1998). Customer evaluations of service complaint experiences: implications for relationship marketing. *The journal of marketing*, 62, 60-76.
- Thaler, R. (1985). Mental accounting and consumer choice. *Marketing Science*, 4(3), 199-214.
- Tonglet, M. (2002). Consumer misbehaviour: An exploratory study of shopliftin. *Journal of Consumer Behaviour*, 1(4), 336-354.
- Vaidyanathan, R., & Aggarwal, P. (2003). Who is the fairest of them all? An attributional approach to price fairness perceptions. *Journal of Business Research*, 56(6), 453-463.
- Vitell, S. J., ve Hunt, S. D. (1990). *The general theory of marketing ethics: A partial test of the model*. In: Sheth, J.N., ed. *Research in Marketing*, (Vol 10, pp. 237-265). Greenwich: JAI Press Inc.
- Vitell, S. J., Nwachukwu, S. L., ve Barnes, J. H. (1993). The effects of culture on ethical decision-making: An application of Hofstede's typology. *Journal of Business Ethics*, 12(10), 753-760.
- Vitell, S. J., Singhapakdi, A., ve Thomas, J. (2001). Consumer ethics: an application and empirical testing of the Hunt-Vitell theory of ethics. *Journal of Consumer marketing*, 18(2), 153-178.
- Vitell, S. J., ve Hunt, S. D. (2015). The general theory of marketing ethics: the consumer ethics and intentions issues. *Handbook on ethics and marketing*, 15-37.
- Walster, E., Berscheid, E., ve Walster, G. W. (1973). New directions in equity research. *Journal of Personality and Social Psychology*, 25(2), 151-176.
- Wirtz, J. ve Kum, D. (2004), Consumer cheating on service guarantees, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 32(2), pp. 112-26.
- Wirtz, J., ve McColl-Kennedy, J. R. (2010). Opportunistic customer claiming during service recovery. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 38(5), 654-675.

- Xia, L., Monroe, K. B., ve Cox, J. L. (2004), The price is unfair! A conceptual framework of price fairness perceptions. *Journal of Marketing*, 68(4): 1-15.
- Yi, Y. ve Gong, T. (2006). The antecedents and consequences of service customer citizenship and badness behavior. *Seoul Journal of Business*, 12 (2), 145-176.
- Zeelenberg, M. & Pieters, R (2004). Beyond valence in customer dissatisfaction: a review and new findings on behavioral responses to regret and disappointment in failed services. *Journal of Business Research*, 57(4), 445-455
- Zhao, X., Lynch Jr, J. G., & Chen, Q. (2010). Reconsidering Baron and Kenny: Myths and truths about mediation analysis. *Journal of Consumer Research*, 37(2), 197-206.
- Zhong, C.-B., Bohns, V. K., & Gino, F. (2010). Good lamps are the best police: darkness increases dishonesty and self-interested behavior. *Psychological Science*, 21(3), 311-314.

52. Bölüm

İklim Değişikliği ve Türkiye Tarım Sektörüne Etkileri

Dilek AYKIR¹

¹ Dr. Öğretim Üyesi, İzmir Katip Çelebi Üniversitesi, Sosyal ve Beşeri Bilimler Fakültesi, Coğrafya Bölümü, İzmir, Türkiye. dlkaykr@gmail.com ORCID No: 0000-0002-2748-4055

ÖZET

İklim değişikliği ve iklim değişikliğinden kaynaklanan olumsuzluklar küresel ve bölgesel ölçekte tüm dünyayı ilgilendiren temel sorunların başında gelmektedir. İklim değişikliği ile tarım sektörü başta olmak üzere, ormancılık ve bitki örtüsü çeşitliliği ve tüm canlılar doğrudan veya dolaylı olarak etkilenmektedir. İklim değişikliğinin neden olduğu su stresi, tarım topraklarının verimsizleşmesi gibi etkenler çölleşme sorunlarına yol açarken, tarımsal üretimde kalite ve miktar düşmekte, sürdürülebilir gıda güvenliği riskli hale gelmektedir. Diğer taraftan sıcaklık artışı, düzensiz yağış rejimi hastalıklara yol açmakta, deniz sularının yükselmesi ile kıyı bölgelerinin tahrip olması ve birçok canlı türünün yok olmasına neden olmaktadır.

Çalışmada, küresel iklim değişikliğinin, Türkiye'nin stratejik sektörü olarak görülen tarımsal faaliyetlerinde risk ve belirsizlikleri artırdığı görülmektedir. Akdeniz Havzası'nda yer alan Türkiye, iklim değişikliğinin olumsuz etkilerini önemli ölçüde hissetmektedir. Artan risk ve belirsizlikler karşısında, tarımsal üretiminde sürdürülebilirliğin sağlanması için iklim değişikliğine uyumlu stratejiler ve sistemler geliştirilmeli, tarımsal faaliyetlerde iklim değişikliğine uyum sağlayan eylem planları hazırlanmalı ve politikalar bu yönde geliştirilmelidir.

Anahtar Kelimeler: İklim, İklim değişikliği, Tarım, Bitkisel üretim, Hayvansal üretim

GİRİŞ

İklim değişikliği son yıllarda dünyayı etkileyen en önemli sorunlardan biri olup etkisi giderek artmaktadır. İklim olaylarında meydana gelen değişimler sosyal, ekonomik ve çevresel boyutta çeşitli sorunlara yol açmaktadır. İklim, genel olarak sıcaklık, nem, atmosfer basıncı, rüzgar, yağış ve diğer hava olaylarının belirli zaman içindeki ortalaması olarak tanımlanır. İklim değişikliği ise zaman içerisinde doğrudan ya da dolaylı olarak insan faaliyetleri sonucunda iklimde meydana gelen değişimlerdir. Özellikle fosil yakıt kullanımındaki artışlar, arazi kullanımında meydana gelen değişimler, ormansızlaştırma ve sanayileşme faaliyetleri sonucu atmosfere salınan sera gazlarının birikimleri ile yerkürede yüzey sıcaklıklarında artış ve yağış rejimlerinde oluşan değişikliklerdir.

İklim değişikliği nedenine bağlı olarak yerel ve küresel etkileri bulunan ve yavaş gelişen değişiklikler olarak tanımlanmaktadır (Türkeş, 1997). İklim değişikliği çerçeve sözleşmesine göre ise, iklim değişikliği tanım olarak “karşılaştırılabilir zaman dilimlerinde gözlenebilen iklim değişikliğine ek olarak, doğrudan ve dolaylı olarak küresel atmosferin bileşimini bozan insan faaliyetleri sonucunda oluşan bir değişiklik” biçiminde tanımlanmıştır (UNFCCC, 1992).

Schreiner vd. (2005) tarafından yapılan çalışmada “sera gazlarının etkisiyle (bilimsel, politik, ekonomik ve etik alanlar) ortaya çıkan ve 21. yüzyılın üzerinde tartışılan en büyük çevre sorunudur” şeklinde ifade edilmiştir. İnsanoğlunun enerji ihtiyacını gidermek amacıyla kullanılan fosil yakıtların yanısıra sanayi, tarımsal faaliyetler ve atıklar sonucunda oluşan sera gazı emisyonları ile sera gazının atmosferdeki yoğunluğunda artışlar meydana gelmektedir.

Atmosferde biriken su buharı, ozon, metan, karbondioksit gibi gazların seviyelerinin fosil yakıt kullanımı ve insan aktiviteleri ile artmaktadır. Buna bağlı olarak dünya yüzeyi ve atmosferde sıcaklık artışı yaşanarak birçok meteorolojik değişiklikler meydana gelmektedir. Bu değişikliklerle birlikte küresel sıcaklıklar her 10 yılda yaklaşık olarak 0.2°C yükselmekte ve yağış rejimlerinde bozulmalar ve istikrarsızlıklar görülebilmektedir (IPCC, 2013). İklimde meydana gelen değişmelere paralel olarak bitkisel, hayvansal üretim alanları daralmakta (Özgen vd., 2015) ve iklimle ilgili yapılan tahmin modelleme çalışmalarında, bölgeleri farklı düzeyde etkilemektedir. 1990 ve 2006 dönemini kapsayan bir çalışmada yapılan tahminlere göre 2099 yılına kadar tropik ve subtropik bölgelerde sıcaklık artışı nedeniyle üretim miktarında önemli miktarlarda azalmaların olacağı beklenmektedir (Battisti ve Naylor, 2009). Bu olumsuz etkilerinin yanı sıra bazı olumlu etkilerde görülebilecektir. Özellikle sıcaklık artışlarına bağlı olarak, soğuk bölgelerde üretim çeşitliliğinde artışların olması gibi. Bunun yanı sıra

iklim değişikliğinin su kaynakları, toprak ve biyoçeşitlilik üzerinde olumsuz etkileri olacaktır (Eştürk ve Mert, 2022).

Hükümetlerarası İklim Değişikliği paneli (IPCC)'nin '5. İklim Değişikliği Değerlendirme Raporu'na göre küresel ısınma ve buna bağlı iklim değişikliğinin oluşması kaçınılmazdır. Raporda 1950 yılından günümüze kadar olan süreçte iklim değişikliklerinde belirgin artışların olduğu, yüzey sıcaklıklarının yükseldiği, kar yağışı ve buzul oluşumlarının azaldığı, atmosfer tabakasında gazların artışları görülmektedir. Kuzey yarımkürede 1980 ve 2013 dönemi için son 1400 yılın en sıcak 30 yıllık dönemi olduğu belirtilmiştir (IPCC, 2013; Türkeş, 2013).

Yapılan iklim senaryolarına göre 2050 yılına kadar sıcaklık artışlarının 1.5 ile 6°C arasında artması tahmin edilmektedir. Söz konusu dönem için yağış oranlarında %15-20 düzeyinde bir artış olacağı beklenmektedir. Ancak bölgesel sıcaklık artışlarına bağlı olarak kuraklık artışları da etkisini gösterecektir. Özellikle Güney Afrika ve Akdeniz Havzası'nda sıcaklıkta ve kuraklıkta artışlar olacağı, yine Doğu Afrika'nın yüksek bölgelerinde yoğun yağışların olacağı beklenmekte ve kıyı bölgelerde ise deniz seviyesinin yükselmesine bağlı olarak elverişli tarım alanlarında azalmalar olacağı ve topraktaki tuz miktarında artışlara bağlı olarak tarımsal üretim için elverişsiz hale gelecektir (Jarvis ve ark, 2010).

Türkiye için IPCC 4 ve 5. Raporlarına göre Türkiye'nin güney bölgelerinde sıcaklıkta artışlar olacağı ve bu bölgelerde eko-sistem değişikliğine neden olabileceği belirtilmiştir (Şensoy vd., 2008). Doğu Akdeniz için yapılan bir çalışmada 2071 ve 2100 dönemi için Türkiye'de sıcaklıkta 2-3°C artış olabileceği ve yağış rejiminde ise Akdeniz ve Ege bölgesi kıyılarında azalmaların olacağı belirtilmiştir.

Türkiye'nin uzun dönemli mevsimlik ortalama sıcaklık değişimleri incelendiğinde ilkbaharda meydana gelen ortalama hava sıcaklıklarında artışlar görüldüğü, Marmara, Akdeniz, Ege, Güneydoğu Anadolu ve İç Anadolu bölgelerinde gerçekleşen sıcaklık artışının istatistiksel olarak anlamlı bulunduğu gözlenmiştir. Türkiye'de uzun dönemli yağış miktarında ise kış dönemi için Akdeniz, Ege ve Güneydoğu bölgeleri için kuraklaşma oranlarının istatistiksel olarak anlamlı olduğu belirtilmiştir (Türkeş, 2020).

Yapılan RCP4.5 ve RCP8.5 senaryolarına göre Akdeniz Bölgesi için yıllık bazda toplam yağış miktarının azalacağı saptanmıştır (Ozturk vd., 2015). İklimde meydana gelen değişimlerin etkisi ile nehirlerin kar suları ile beslenen yatakları sıcaklık artışı ile birlikte su seviyelerinin azalacağı ve tarım sektörünü olumsuz olarak etkileyeceği tahmin edilmektedir (Sen vd., 2012).

Türkiye'nin farklı coğrafi özellikleri nedeniyle çeşitli iklim özellikleri göstermekte ve yıllık yağış ortalaması yaklaşık olarak 643 mm seviyesindedir.

Türkiye’de kullanılan toplam su miktarı ise 44 milyar m³ seviyesinde olup bu miktarın yaklaşık olarak 32 milyar m³’ü yani %73.2’ü tarımsal sulama amaçlı kullanılmaktadır (DSİ, 2019). Tarım sektörünün geleceği açısından mevcut su kaynaklarının etkili ve verimli kullanımı önem arz etmektedir.

Türkiye’nin içinde bulunduğu Akdeniz Havzası iklim değişikliğinden en fazla etkilenen bölgelerden biri olması nedeniyle iklim değişikliğinden doğrudan etkilenen ülkeler içerisinde yer almaktadır. Yapılan birçok farklı iklim senaryolarına göre yağışlarda azalmalar, Türkiye’nin Akdeniz ve Ege kıyılarında kuraklıklar, Karadeniz kıyı şeritlerinde ise nemlenmede artışlar olacağı beklenmektedir. Genel olarak Türkiye’de tüm bölgeler için mevsim sıcaklıklarında artış özellikle bu artışlarında en fazla yaz mevsiminde gerçekleşmesi, yıllık yağış miktarlarının güneyde düşmesi, kuzeydoğu bölgelerde ise artması ve buna bağlı nehir baskınları, sellerin artması ve toprak kaymalarında artışların olması, kuraklık ve sıcak hava yoğunluğun ülke genelinde artması, deniz suyu seviyelerinin artması ve kıyı şeritlerinde sel riskinin yükselmesi olarak artan sıcaklıklar ve yağış rejiminin olumsuz sonuçları ile karşılaşılacağı beklenmektedir. Kuraklık riskinin artması ve düzensiz yağış rejimleri tarımsal üretim için risk oluşturmaktadır.

Tarımsal faaliyetlerin doğal koşullara bağlı olması ve iklimin müdahale edilemeyen bir etken olması tarım sektörünün riskini artırmakta ve korunmasız bırakmaktadır. İklim değişikliğinin neden olduğu sıcaklık ve yağış rejimindeki değişiklikler ürün arzını ve kalitesini etkilemektedir.

İklim değişikliği tarımsal üretimi etkilerken tarımsal üretim kültürü ve üretim koşullarını da etkileyecek olup, iklimde meydana gelen değişimler kuşkusuz üretim kültürüne de yansıtacaktır. Kuşaktan kuşağa aktarılan tarım kültürünün değişeceği ve üreticilerin üretim karar süreçlerinde belirsizlikler artacaktır.

Tarım sektörünün doğal koşullara bağlı olması nedeniyle verimlilik büyük ölçüde iklime bağlıdır. Sıcaklık ve karbondioksit (CO₂) miktarındaki artışlar ürün verimliliğini etkilemektedir. Özellikle ürün kalitesi toprağın içerdiği mineral yapısı, toprağın nemi, suyun mevcudiyeti vb koşullar iklimle doğrudan ilgilidir. Kuraklık ve sellerin sıklığı ve şiddetinde meydana gelen değişimler çiftçiler için zorluklar oluşturmaktadır. Bu durum gıda arzını etkileyeceğinden gıda güvencesini de tehdit ederek tüketicileri doğrudan etkilemektedir. Bu arada yüksek su sıcaklıkları birçok balık ve kabuklu deniz hayvanının habitat aralıklarının değişmesine neden olabilir ve bu durum ekosistemleri bozabilir.

İklim değişikliğinin yarattığı etkiler ve sonuçları belirgin bir şekilde insan yaşamını etkilemekte, şiddetli hava olayları, deniz seviyesinin yükselmesi ve doğal dengenin bozulması sonucu yaşam türlerinin zarar görmesi ve yaşamı tehdit etmektedir. Özellikle son dönemlerde iklim değişimine bağlı olarak sel ve toprak

kayması, orman yangınlarındaki artışlar, kuraklık gibi olaylar canlı yaşamını tehdit eder hale gelmiştir.

Bitkisel Üretim Üzerinde İklim Değişikliğinin Etkileri

İklim değişikliğinin bitkisel üretim üzerinde meydana getirdiği başlıca etkiler üründe bodurluk, hastalık ve zararlılardaki artışlar, düşük verimlilik ve ürün kalitesinde düşüşler, üretici açısından gelir kaybı, su kaynaklarındaki azalmaya bağlı sulama problemleri, ani iklim olaylarına bağlı olarak ürün yaşam evrelerindeki farklılaşmalar olarak karşımıza çıkmaktadır (Ogunbameru vd., 2013). İklim değişiminde meydana gelen bu değişikliklerin Türk tarımı için yansımaları ise ürün büyüme periyodunun kısalması, erken hasat, üretimin ülkenin orta ve kuzey bölgelere kayması, üretim deseninde değişiklikler, verimde düşüşler ve üretim miktarında düşüşler olarak kendini göstermektedir (Kuntasal Oğuz, 2012).

Türkiye’de yetiştirilen bitkisel ürünler iç talebe ve dış ticarete yönelik olmaktadır. Dolayısıyla gıda arzının temini için kritik öneme sahip ürünleri arzında yaşanacak istikrarsızlık gelecekte gıda güvencesinin sürdürülebilirliğinde risk faktörü olarak karşımıza çıkmaktadır. Sıcaklık artışı, karbondioksit ve aşırı hava olaylarının sıklığı ve yoğunluğundaki değişiklikler mahsul verimi üzerinde etkilere sahip olabilir (Hatfield vd., 2014).

Herhangi bir ürün için sıcaklık artışı ürünün büyüme ve üreme için en uygun sıcaklığına bağlı olacaktır. Bazı bölgelerde ısınma tipik olarak orada ekilebilen mahsul türlerine fayda sağlarken çiftçilerin daha sıcak bölgelerde yetiştirilen mahsullere yani üretim çeşitliliğine olanak sağlayabilir. Diğer taraftan daha yüksek sıcaklık bir mahsulün optimum sıcaklığını aşarsa verim düşer (Brown, 2015).

Yüksek CO₂ seviyeleri mahsul verimini etkileyebilir. Yapılan bazı laboratuvar deneyleri, yüksek CO₂ seviyelerinin bitki büyümesini artırabileceğini ancak değişen sıcaklıklar ozon, su ve besin kısıtlamaları gibi diğer faktörleri verimdeki bu potansiyel artışları engelleyebilir. Örneğin sıcaklık bir mahsulün optimal seviyesini aşarsa, yeterli su ve besin mevcut değilse verim artışları azalabilir veya tersine dönebilir. Yüksek CO₂ yonca ve soya fasulyesi bitkilerinde düşük protein ve nitrojen içeriği ile ilişkilendirilerek kalite kaybına neden olmuştur. Azalan tahıl ve yem kalitesi otlakların ve meraların hayvanları destekleme kabiliyetini düşürebilir (Hatfield vd., 2014).

Yüksek sıcaklık artışları ise ekinlerin büyümesini engelleyebilir. Aşırı hava olayları, özellikle sel ve kuraklık ekinlere zarar verebilir ve verimi azaltabilir: Örneğin 2010 ve 2012’de yüksek gece sıcaklıkları ABD’de Mısır kuşağındaki mısır verimini etkilemiştir. Ilık bir kış nedeniyle erken tomurcuklanma 2012’de Michigan kirazlarında 220 milyon dolarlık kayba neden olmuştur (Hatfield vd., 2014).

Artan yaz sıcaklıkları toprağın daha kuru olmasına neden olduğu bölgelerde kuraklıkla baş etmek zor olabilir. Birçok yabancı ot, haşere, mantar, daha yüksek sıcaklıklar, daha nemli iklimler ve artan CO₂ seviyeleri altında gelişir. Bu durum çiftçilere yeni maliyetlerle karşı karşıya kalmalarına neden olmaktadır. Sıcaklıklarda artışlar devam ettikçe zararlılarla mücadele de artmak durumunda kalınacaktır.

Artan CO₂ seviyeleri bitki büyümesini teşvik etse de çoğu gıda mahsulünün besin değerini azaltır. Yükselen atmosferik karbondioksit seviyeleri, buğday, soya fasulyesi ve pirinç dahil olmak üzere birçok bitki türünde protein ve temel mineral konsantrasyonlarını azaltır. Artan CO₂'nin mahsullerin besin değeri üzerindeki bu doğrudan etkisi insan sağlığı için potansiyel bir tehdit oluşturmaktadır. Artan haşere baskıları ve pestisitlerin etkinliğinin azalması nedeniyle pestisit kullanımındaki artışlar insan sağlığını tehdit etmektedir (Ziska vd., 2011).

Bitkisel üretimde karşı karşıya kalınan çevresel risk faktörleri (kuraklık, düşük veya yüksek sıcaklık, topraktaki tuzluluk, ozon tabakasındaki karbondioksit) mera ve yem bitkilerini de etkilemektedir. Sıcaklık artışa bağlı hasat edilen ürün miktarı düşmekte, besin kalitesi ve verimliliği azalmaktadır (Chauhan ve Ghosh, 2014). İklim değişikliğinin meralar üzerindeki etkisi yapılan çalışmalarda, iklim değişimine bağlı olarak mera üretkenliğinin baskılandığı gözlenmiştir (Tubiello ve ark, 2007).

İklim değişikliğinin küresel düzeyde etkilerine bağlı olarak dünya genelinde gıda üretiminde doğrudan etkileri olacaktır. Küresel ölçekte tarımsal ürün kaybının büyük bir bölümü kuraklık, aşırı yağış ve ani hava olayları don, dolu ve fırtına gibi hava ve iklim olaylarından kaynaklandığı görülmektedir. İklim değişikliği sonuçlarına göre 2080 yılında küresel tarım üretiminin %3-%16 arasında düşeceği tahmin edilmektedir.

İklimde meydana gelen değişmelerin tarım sektörüne ülkeler bazında değerlendiren Cline (2007) çalışmasında farklı senaryolar modellemiş ve 2080'li yıllarda tarımda muhtemel gelişmeler ortaya konulmuştur. Bu senaryolar incelediğinde Türkiye için dört önemli tahılda (çeltik, buğday, mısır, soya fasulyesi) ve yağlı tohumlarda ise 2080 yılına kadar %11.8'lik bir azalış beklenmektedir.

Türkiye'de iklim değişikliğinin tarım sektörüne etkilerini inceleyen bir başka çalışmaya göre 2050 yılında Türkiye'de iklim değişikliğine bağlı olarak tarımsal üretim ve ülke genelinde bir azalma olacağı ve bu azalmalara bağlı olarak %2.2 ile % 12.9 oranları arasında üretimde bir düşüş olacağı sonucuna ulaşılmıştır (Akalin, 2014).

2020 yılının referans alınarak 2050-2080 dönemi bitkisel ürün verimlerindeki kayıplar hesaplandığında Güneydoğu Anadolu, Ege, Batı Marmara, Akdeniz ve Karadeniz Bölgelerinde çeltik üretiminde, Güneydoğu, Ege, Akdeniz ve Karadeniz bölgelerinde şeker pancarı üretimi, Güneydoğu Anadolu, Akdeniz ve Ege bölgelerinde ise pamuk üretiminde verim kaybı yaşanacağı tahmin edilmektedir.

Gelecek yıllara ait ürün verimlilikleri tahminine göre başta Karadeniz Bölgesinde baklagiller, mısır ve ayçiçeği üretiminde, Doğu Anadolu Bölgesinde mısır üretiminde, Güneydoğu Anadolu Bölgesinde ise arpa, çavdar, buğday ve yulaf en fazla verim kaybı yaşanacağı tahmin edilmiştir (Berikol Mete, 2022).

Özellikle bazı ürünlerin ticaretinde iklim değişikliğine bağlı farklılaşmaların olacağı ifade edilmiştir. Buğday ve ayçiçeğine bağlı ihracatın azalacağı, mısır ve pamukta ise ithalatın artacağı beklenmektedir. Bunun yanı sıra üretimde meydana gelen düşüşlere bağlı olarak ürün arzındaki düşüşler fiyatları yükseltecektir. Yapılan tahminlerde buğday, arpa, mısır ve ayçiçeğinde sırasıyla %6.3, %7.1, %12.6 ve %0.1 düzeylerinde olacağı ortaya konmuştur (Dellal vd., 2011). Bu kapsamda, iklim olaylarında meydana gelen değişimler üreticileri etkilediği gibi tüketicileri de etkilemektedir.

Yaşanan sıcaklık artışları ve yağış rejimindeki değişikliklerle Türkiye'nin mevcut konum ve yer şekilleri yapısına bağlı olarak yem bitkileri üretimi olumsuz etkilenecektir. Türkiye'de ormanlık alanlardaki daralma, kurak ve yarı kurak alanlardaki artış çölleşme riskini artırmaktadır. Su sıkıntısı hem temiz suya erişimde hem de tarımsal sulamaya erişimde sıkıntılar yaşanacağı tahmin edilmektedir.

Hayvansal Üretim Üzerinde İklim Değişikliğinin Etkileri

Hayvansal ürünlere talebin arttığı günümüzde, hayvansal üretim arzı iklim değişikliğinden doğrudan ve dolaylı olarak etkilenmektedir. Yem kalitesi ve miktarındaki düşüşler, su stresi, biyolojik çeşitlilik kaybı vb. bunlar arasında yer almaktadır. İklim değişikliği tarım sektörünü diğer alanlarında olduğu gibi hayvansal üretimin sürdürülebilirliğini ciddi ölçüde etkileyen bir tehdit olarak görülmektedir.

İklimdeki değişiklikler hayvansal üretimi doğrudan ve dolaylı olarak etkileyebilir. İklim değişikliğine bağlı artması öngörülen sıcak hava dalgaları canlı hayvanları doğrudan tehdit edebilir. 2011 yılında yüksek sıcaklık olaylarına bağlı olarak tarım üreticilerinin ısıyla ilgili 1 milyar doları aşan kayıplara uğramışlardır (Hatfield vd., 2014). Isı stresi hayvanları hem doğrudan hem de dolaylı olarak etkiler. Zamanla ısı stresi hastalığa karşı savunmasızlığı artırabilir, doğurganlığı azaltabilir, et ve süt üretimini azaltabilir.

İklim değişikliğine bağlı olarak hayvan sağlığı da tehdit altındadır. Hastalıkların yayılması, ciddi salgınların ortaya çıkması özellikle ısınma ve yağış rejimindeki düzensizlikler; sinekler, kene ve sivrisinek gibi vektör kaynaklı zararlıların miktarı ve hastalık bulaşma oranlarını artıracaktır (Thornton vd., 2009).

Tarımsal faaliyetlerde yeryüzü su miktarının yaklaşık olarak %70'i gibi büyük bir kısmı kullanılmaktadır. Küresel olarak sulanan tarım alanları geçtiğimiz yüz yılda yaklaşık beş kat artmış ancak tarım dışı diğer sektörlerin su kullanımındaki artışlar çok daha yüksek seviyelerde gerçekleşmiştir (Steinfeld vd., 2006). Mekonen ve

Hoekstra (2012) tarafından yapılan bir çalışmada hayvansal ürünlerin her bir kilogramının üretiminde kullanılan su miktarı hesaplanmıştır. Elde edilen bulgulara göre sığır eti için 15.415 l, koyun ve keçi eti için 8.763 l, piliç eti 4.325 l, yumurta için 3.265 l, süt 1.020 l ,peynir için 5.060 l ve tereyağı için 5.553 l olduğu hesaplanmıştır.

İklim değişikliğine bağlı kuraklık artışının yanı sıra deniz seviyelerinin artışı ve kıyı tatlı sularına daha fazla oranda tuzlu suyun dahil olması ile tuzlanma oranları artacak, kimyasal, biyolojik kirlenme ve sulardaki ağır metal artışlarına bağlı olarak bitkisel ve hayvansal üretim, su ürünleri üretimi etkilenecektir (Karl vd., 2009). Sudaki tuzlanma hayvanların metabolizması, üreme ve sindirim sistemlerini etkilemekte diğer taraftan kimyasal ve ağır metaller doğrudan hayvan sağlığını etkilemektedir (Nardone vd., 2010). Sıcaklık artışları devam ettikçe su ihtiyacının gelecekte daha da artacağı tahmin edilmektedir.

Kuraklık, mera ve yem kaynaklarını tehdit edebilir. Kuraklık, otlayan çiftlik hayvanları için mevcut olan kaliteli yem miktarını azaltır. Bazı bölgelerde daha yüksek yaz sıcaklıkları ve azalan yağış nedeniyle daha uzun ve daha yoğun kuraklıklar yaşanabilir. Tahılla beslenen hayvanlar için, mahsul üretimindeki kuraklık nedeniyle meydana gelen değişiklikler de sorun olabilir.

İklimde meydana gelen değişimler mera verimliliği ve kalitesini de etkilemektedir. Ot üretimini etkileyen faktörler sıcaklıklar, yağış ve topraktaki azot miktarıdır (Hanson ve ark, 1993). Yem miktarını ve kalitesini etkileyen önemli hususlardan biri de atmosferdeki CO₂ oranı ve sıcaklık değişimleridir (Chapman vd., 2012). Karbondioksit artışları meraların üretkenliğini artırabileceği gibi kalitesini de düşürebilir. Atmosferik CO₂'deki artışlar hayvanların beslendiği bitkilerin üretkenliğini artırabilir. Ancak meralarda bulunan yemlerin bir kısmının kalitesi CO₂'nin artmasıyla birlikte düşmektedir. Sonuç olarak aynı besinsel faydaları elde etmek için sığırların daha fazla yemesi gerekecektir (Backlund vd., 2008). Diğer yandan su baskınları ve aşırı iklim olayları bitki köklerine zarar verirken, büyüme hızlarına etki ederek bitkinin toplam verimliliğini düşürebilir (Baruch ve Merida, 1995).

İklim değişikliği, çiftlik hayvanlarını etkileyen parazitlerin ve hastalıkların yaygınlığını artırabilir. İklim olaylarında normalin dışındaki değişimlerle birlikte bitkiler ve hayvanlar hastalık ve zararlılara karşı direnç geliştirebilir ve adaptasyonda zorluklar yaşayabilir (Khan, 2016). Bu durum iklim değişikliğine karşı savunmasız olan birçok hayvan türünün savunmasız olmasına yol açmakta ve biyolojik çeşitliliği olumsuz etkilemektedir. İlkbaharın daha erken başlaması ve daha sıcak kış ayları bazı parazitlerin ve patojenlerin daha kolay hayatta kalmasına izin verebilir. Artan yağış alan bölgelerde neme bağımlı patojenler gelişebilir (Backlund vd., 2008).

Parazit öldürücülerin ve diğer hayvan sağlığı tedavilerinin kullanımındaki artış da dahil olmak üzere veterinerlik uygulamalarındaki potansiyel değişikliklerin, zararlılarda, parazitlerde ve mikroplarda iklim kaynaklı değişikliklere yanıt olarak çiftlik hayvanlarının sağlığının korunması için benimsenmesi muhtemeldir. Bu pestisitlerin gıda zincirine girme riskin artırabilir veya pestisit direncinin gelişmesine yol açabilir ve bunun ardından besi hayvanı ve su ürünleri güvenliği, dağıtımı ve tüketimi üzerinde sonuçlar doğurabilir.

Kanatlılar iklim değişikliğinden bitkilerden sonra en fazla etkilenen canlı grubudur. Kanatlı türlerinde popülasyondaki değişiklikler biyolojik çeşitliliği, dolayısıyla ekosistemi doğrudan veya dolaylı olarak etkilemektedir. Kış sıcaklıklarında yaşanan 1 °C'lik bir artışın bazı kuş türleri için yaşam gücünü %2 ile %6 arasında artırırken üreme ve göç mevsiminde sıcaklık artışlarından olumsuz etkilendiği görülmüştür (Pimm, 2008). Küresel ısınma çok az sayıdaki kuş türünde popülasyon artışına yol açarken, dünyadaki kuş türlerinin yaklaşık %13'ü (1211 kuş türü) yok olma tehdidiyle yüz yüze kalmıştır (Allen vd., 2018)

Su Ürünleri Üzerinde İklim Değişikliğinin Etkileri

İklim değişimine bağlı olarak deniz ve tatlı sularda oluşacak değişimlerle birlikte su ürünlerinde çeşitlilik ve kalite açısından olumsuz yönde beklentiler söz konusudur (Holowed vd., 2009). Balıkçılığın yapıldığı alanlar itibariyle iklim değişikliği farklı yönlerden etkileyecektir. Şöyle ki çevresel etkenler değiştiğinde birçok balık çeşidi soğuk sulara, kaynaklara veya daha derin sulara doğru bir çekilme gösterecekler ancak küçük nehir veya göllerde bu çok mümkün olmadığından çevre ile ilgili yaşanılacak değişiklikler bu sularda yaşayan balıklar için yaşanılmaz hale gelir. Su sıcaklıkları arttıkça soğuk su balıkları azalırken sıcaklık toleransı olanlar artacak ve popülasyonda dengesizlikler oluşabilecektir (Brander, 2007).

Büyük içsu alanlarında ise etkiler daha çok hassas su ürünleri türlerinde görülmektedir. Özellikle kıyısız sulak alanlarda yaşayan türler çevresel etkilerden en fazla etkilenecek türler olarak karşımıza çıkmaktadır. Ekonomik değeri yüksek olan yengeç, karides gibi su ürünleri kıyılarda lagün ve bataklıklarda yetişmektedir. Su seviyelerinin yükselmesi ile bu türler büyüme alanlarını kaybedeceklerdir. Su seviyelerinin yükselmesi ile yengeç, deniz kaplumbağası gibi birçok türü olumsuz etkilemekte midye istiridye gibi türler predatör baskılara maruz kalacaklardır. Koylarda yükselen su seviyeleri, artan sıcaklı ve azalana oksijen değerler ile birçok balık türünün yok olmasına neden olmaktadır (Mol ve Doğruyol, 2012).

Su ürünler embriyolojik ve larva gelişim evrelerinde hassas olduklarından iklimsel değişimlere daha duyarlı hale gelecekler şekil bozuklukları, mutasyona neden olacak ve sağ kalma oranları etkilenecektir.

Ülkelerarası İklim Paneli (IPCC) Küresel iklim modellemelerinde 2030 yılında Türkiye'nin büyük bir bölümü kuru ve sıcak havanın etkisine gireceği sıcaklıklardaki

artışın kış aylarında 2 °C, yaz aylarında ise 2-3 °C aralığında bir değer alacağı hesaplanmıştır. Yağışlarda ise kış için yaklaşık %10 oranında bir artış beklenirken, yaz aylarında ise yaklaşık olarak %5-15 düzeyinde bir azalmanın olacağı beklenmektedir. Akdeniz Havzası'nda su seviyelerinde genel olarak 2030 yılına kadar periyotta 12-18 cm'lik, 2050 yılına kadar ise 14-38 cm, 2100 yılına kadar ise 35-65cm'lik bir yükselmenin olacağı tahmin edilmektedir (Aksay vd., 2005).

Türkiye'de iklim değişikliğine bağlı denizlerde ısınma 1940'lı yıllardan itibaren kendini hissettirmiştir. Süveyş kanalı yoluyla Hint Okyanusundan ve Kızıl Deniz'den bazı canlılar Türkiye'de denizlere ulaşmışlardır. Sıcaklık ve asifikasyon etkisiyle de Akdeniz ve Ege Denizi'nde mercan sayılarında azalmanın olduğu bildirilmiştir. İklim değişikliğinin etkisine bağlı olarak Türkiye'de deniz ve sularda işgalci türlerin arttığı gözlenmektedir (Sağlam vd., 2008). Ayrıca son Sakarya Nehri ve İzmit Körfezi'nde görülen kitlesel balık ölümlerinde su sıcaklığının artması, kirlilik artışı ve oksijen yetersizliğinden kaynaklandığı düşünülmektedir. Türkiye balıkçılığı için önemli olan hamsi balıkları Kuzey Karadeniz sularının ısınması ile hamsiler kuzey sularında kalmayı tercih edeceklerinden Türkiye kıyı sularına gelemeyecekler ve Türkiye balık üretiminin %80'inini sağlayan bu kaynak ortadan kalkarken, ekonomik olarak büyük bir kayıp yaşanabilecektir (Sağlam, 2008).

Arıcılık Üzerinde İklim Değişikliğinin Etkileri

Küresel iklimde değişikliği böcekler dahil birçok hayvanın davranışlarını ve yaşam biçimlerini etkileyecektir. Böcekler için sıcaklık ve nem değişimleri gelişme oranlarını, yer değiştirme hızlarını ve üreme kapasitelerinin etkilerken tabiat olayları üzerinde ekolojik süreçleri de etkileyebilmektedir (Şahinler ve ark, 2008).

Fründ vd. (2013) tarafından yapılan bir çalışmada, çevre koşullarındaki değişimlere karşı 9 arı çeşidi üzerinde kış sıcaklıklarının artışı (1,5 °C -9,5 °C) ile canlı ağırlıklarında ve gelişimlerinde ters etkiler görülmüştür. Ağırlık kaybı daha fazla enerji ihtiyacı doğurmuş ve bu türlerde ilkbaharda yaşam döngülerinin sona erdiği gözlenmiştir.

Küresel gıda üretimi, bal arısı gibi canlı türünün tozlaşması ile mümkündür. Son yıllarda bal arı popülasyonunun artan ölüm oranları ile birlikte küresel gıda arzının güvenliği risk altındadır. Sıcaklık artışları bal arılarında da hastalıklara yol açarken, iklim olayları bal arılarının yiyecek arama potansiyellerini olumsuz etkilemektedir (Switanek, 2015). İklim değişikliği ana arı kalitesinde düşüşlere yol açmakta ve arıların uçuş etkinliğinin olumsuz etkilemektedir (Topal vd., 2016).

TARTIŞMA ve SONUÇ

İklim değişikliği küresel, bölgesel ve yerel düzeyde gıda güvencesini etkilemesi çok muhtemeldir. İklim değişikliği gıda mevcudiyetini bozabilir, gıdaya erişimi

azaltabilir ve gıda kalitesini etkileyebilir. Örneğin sıcaklıklarda öngörülen artışlar yağış modellerindeki değişiklikler, aşırı hava olaylarındaki değişiklikler ve su mevcudiyetindeki azalmaların tümü, tarımsal üretkenliğin azalmasına neden olabilir. Ekstrem hava olaylarının sıklığı ve şiddetindeki artışlar gıda dağıtımını da kesintiye uğratabilir. Bunun sonucunda aşırı olaylardan sonra gıda fiyatlarında ortaya çıkan ani artışların gelecekte daha sık olması bekleniyor. Artan sıcaklıklar bozulmaya ve kontaminasyona katkıda bulunabilir.

İklim değişikliği ile birlikte nüfus artışı gibi diğer stres faktörleri iklim değişikliğinin gıda güvencesi üzerindeki etkilerini artırabilir. Gelişmekte olan ülkelerde mahsul yönetimi veya çiftçilik uygulamalarındaki değişiklikler veya sulamadaki iyileştirmeler gibi uyum seçenekleri gelişmiş ülkelere göre daha sınırlı kalmaktadır. Bu durum iklim değişikliğine adaptasyon sürecini zorlaştırmaktadır.

Dünyada iklim değişikliğinden en fazla etkilenmesi beklenen bölgelerden biri olan Akdeniz Havzası'nda yer alan Türkiye'de kuraklık etkisinin geniş alanlarda görüleceği, aşırı sıcak gün sayısında artışların olacağı öngörülmektedir.

İklim değişikliği hayvansal üretimi miktarını, verimliliği, hayvan refahını doğrudan veya dolaylı olarak etkilemektedir. Biyoçeşitlilik olumsuz etkilenirken, su kaynakları, yem kalitesi ve miktarı ile hayvancılığın sürdürülebilirliği için risk oluşturmaktadır. Diğer yandan sıcaklık ve yağış rejimindeki değişmelere paralel hayvan hastalıkları artmakta, hayvanların hastalıklara karşı dirençleri zayıflamaktadır.

Yapılan çalışmalardan elde edilen sonuçlara göre, iklim değişikliğinin olumsuz etkileri uzun vadede dünyayı daha fazla etkileyecektir. Bu kapsamda devletlerin olumsuz iklim koşullarına adaptasyonu oluşturacak farkındalık çabaları artırılmalı ve tarım politikaları bu amaç doğrultusunda yönlendirici olmalıdır (Eştürk, 2022).

Tarım sektöründe iklim değişikliğinden kaynaklanan olası etkileri önlemek veya en aza indirmek süreç içindeki tüm bileşenlerin karşılıklı etkileşimlerine bağlı olduğundan bütüncül perspektiften değerlendirilmelidir. İnsanlığın geleceği açısından sürdürülebilir gıda sistemi için yerel veya ulusal ve küresel politikalar uyum içinde oluşturulmalı ve yeni yaklaşımlar geliştirilmelidir.

KAYNAKÇA

1. Akalın, M., 2014, İklim Değişikliğinin Tarım Üzerindeki Etkileri: Bu Etkileri Gidermeye Yönelik Uyum ve azaltım Stratejileri, Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Yıl7, Sayı 2
2. Aksay, C. S., Ketenoğlu, O., Kurt, L. (2005). Küresel ısınma ve iklim değişikliği, Selçuk Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Fen Dergisi, 25, 29-41.
3. Allen, M., Babiker, M., Chen, Y. ve de Coninck, H. C. (2018). Intergovernmental panel on climate change SR15: Summary for policymakers. In IPCC Special Report Global Warming of 1.5°C. Intergovernmental Panel on Climate Change.
4. Backlund, P., Janetos, A. C., & Schimel, D. S. (2008). The effects of climate change on agriculture, land resources, water resources, and biodiversity in the United States (Vol. 4). US Climate Change Science Program.
5. Baruch, Z., ve Merida, T. (1995). Effects of drought and flooding on root anatomy in four tropical forage grasses. International Journal of Plant Sciences, 156(4), 514–521. <http://www.jstor.org/stable/2475070>
6. Battisti, D. S. ve Naylor, R. L. (2009). Historical warnings of future food insecurity with unprecedented seasonal heat. Science, 323: 240–244. DOI:10.1126/science.1164363
7. Berikol Mete, B. (2022). İklim değişikliği ve Türkiye’de tarım üzerine etkileri, Yüksek Lisans Tezi, Kırklareli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kırklareli.
8. Brander, K. M., (2007). Global fish production and climate change, Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America, 104(50), 19709-19714
9. Brown, M., Antle, J., Backlund, P., Carr, E., Easterling, B., Walsh, M., Ammann, C., Attavanich, W., Barrett, C., & Bellemare, M. (2015). Climate change, global food security and the US food system. 146 pages.
10. Chapman, S. C., Chakraborty, S., Dreccer, M. F., ve Howden, S. M. (2012). Plant adaptation to climate change-opportunities and priorities in breeding. Crop and Pasture Science, 63(3), 251-268.
11. Chauhan, D. S., Ghosh, N. (2014). Impact of climate change on livestock production: A review. Journal of Animal Research, 4(2): 223.
12. Cline, W. R. (2007). Global Global warming and agriculture: Impact estimates by country. Center For Global Development, Peterson Institute For International Economics, Washington, DC.

13. Dellal, I., McCarl, B. A. ve Butt, T. (2011). Economic assessment of climate change on Turkish agriculture. *Journal of Environmental Protection and Ecology*, 12(1), 376–385.
14. DSI. (2019). Devlet Su İşleri, Toprak ve Su Kaynakları. <https://bolge06.dsi.gov.tr/Sayfa/Detay/1013> html adresinden Nisan 2021 tarihinde alınmıştır.
15. Eştürk, Ö. 2022, İklim Değişikliğinin Ardahan İlinde Süt ve Bal Üretimi Üzerine Etkileri, *Erciyes Akademi*, 36(3)- 1230-1239
16. Eştürk, Ö. ve Mert, N. (2022). Küresel iklim değişikliğinin Ardahan ilinde tahıl ve yem bitkileri verimliliği üzerine etkilerinin ARDL modeli ile analizi. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Tarım ve Doğa Dergisi*, 25(Ek Sayı 2), 506-514. DOI: 10.18016/ksutarimdog.vi.1011936
17. Fründ, J., Zieger, S. L., ve Tscharnkte, T. (2013). Response diversity of wild bees to overwintering temperatures. *Oecologia*, 173(4), 1639-1648
18. Hanson, J. D., Baker, B. B., ve Bourdon, R. M. (1993). Comparison of the effects of different climate change scenarios on rangeland livestock production. *Agricultural Systems*, 41(4), 487-502.
19. Hatfield, J., Takle, G., Grotjahn, R., Holden, P., Izaurralde, R.C., Mader, T., Marshall, E. ve Liverman, D. (2014) Agriculture. In: Melillo, J.M., Richmond, T.C. and Yohe, G.W., Eds., *Climate Change Impacts in the United States: The Third National Climate Assessment*, U.S. Global Change Research Program, 150-174. <https://doi.org/10.7930/J02Z13FR>
20. Hollowed, A. B., Bond, N. A., Wilderbuer, T. K., Stockhausen, W. T., A'mar, Z. T., Beamish, R. J., Overland, J. E., Schirripa, M. J. (2009). A framework for modelling fish and shell-fish responses to future climate change, *ICES Journal of Marine Science*, 66, 1584-1594
21. IPCC. (2013). Climate Change 2013: The Physical Science Basis. http://www.climatechange2013.org/images/report/WG1AR5_ALL_FINAL.pdf adresinden alındı.
22. Jarvis, A., Upadhyaya, H. D., Gowda, C., Agrawal, P., Fujisaka, S., & Anderson, B. (2010). Climate change and its effect on conservation and use of plant genetic resources for food and agriculture and associated biodiversity for food security. *FAO Thematic Background Study Rome, Italy: Food and Agriculture Organisation of the United Nations (FAO)*.
23. Karl, T. R., Melillo, J. M., ve Peterson, T. C. (2009). Global climate change impacts in the United States: a state of knowledge report from the US Global Change Research Program. Cambridge University Press.

24. Khan, I., Loladze, A. A. Pérez de León, A., Showler, J. Thurston, and I. Walls, 2016: Ch. 7: Food Safety, Nutrition, and Distribution. The Impacts of Climate Change on Human Health in the United States: A Scientific Assessment. U.S. Global Change Research Program, Washington, DC, 189–216.
25. Kuntasal Oğuz, Ö. (2012). Impact of climate change In Turkey: Observations and projections, enabling activities for the preparation of Turkey's Second National Communication to the UNFCCC, Ankara, 2012.
26. Mekonnen, M., ve Hoekstra, A. (2012). A global assessment of the water footprint of farm animal products. *Ecosystems*, 15, 401-415. <https://doi.org/10.1007/s10021-011-9517-8>
27. Mol, S., Doğruyol, H. (2012). İklim değişikliğinin su ürünlerine ve tüketimine etkisi, *Journal of Fisheries Science*, 6(4),341-356
28. Nardone, A., Ronchi, B., Lacetera, N., Ranieri, M. S., ve Bernabucci, U. (2010). Effects of climate change on animal production and sustainability of livestock systems. *Livestock Science*, 130, 57–69.
29. Ogunbameru, B.O., Mustapha, S. B., Idrisa, Y. L. (2013). Capacity building for climate change adaptation: Modules for agricultural extension curriculum development. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 14(2), 61-66. <https://EconPapers.repec.org/RePEc:scn:031261:14105122>
30. Özgen, A. M, Adak, M. S., Ulukan, H., Benlioğlu, B., Peşkircioğlu, M., Koyuncu, N., Yıldız, A., ve Tuna, D. E. (2015). İklim değişikliği ve bitkisel gen kaynakları, Türkiye Ziraat Mühendisliği VIII. Teknik Kongresi, 12 Ocak 2015, Cilt.2, s.184-211, Ankara, Türkiye
31. Ozturk, T., Ceber, Z. P., Türkeş, M., ve Kurnaz, M. L. (2015). Projections of climate change in the Mediterranean Basin by using downscaled global climate model outputs. *International Journal of Climatology*, 35(14), 4276-4292. <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/joc.4285>
32. Pimm, S.L. (2008). Biodiversity: Climate Change or Habitat Loss-which will kill more species? *Current Biology*, 18, 117-119.
33. Sağlam, N. E., Düzgüneş, E., ve Balık, İ. (2008). Küresel ısınma ve iklim değişikliği, *Ege Üniversitesi Su Ürünleri Dergisi*, 25(1), 89–94
34. Şahinler, N., Gül, A., Akyol, E., ve Yeninar, H. (2008). The effects of global climatic change on beekeeping in Turkey. *Apimedita&Apiquality 2nd International Forum*. pp:19, 9-12 June Roma, İtaly,
35. Schreiner, C., Henriksen, E. K., ve Kirkeby Hansen, P. J. (2005). Climate education: empowering today's youth to meet tomorrow's challenges.

- Studies in Science Education, 41(1), 3-49.
<https://doi.org/10.1080/03057260508560213>
36. Sen, B., Topcu, S., Türkeş, M., ve Warner, J. (2012). Projecting climate change, drought conditions and crop productivity in Turkey. *Climate Research*, 52, 175-191. <https://doi.org/10.3354/cr01074>
37. Şensoy, S., Demircan, M., Ulupınar Y. ve Balta, İ. (2008). Türkiye iklimi. Devlet Meteoroloji İşleri Genel Müdürlüğü, Ankara. DMI web sitesi <http://www.dmi.gov.tr/iklim/iklim.aspx>
38. Steinfeld, H., Gerber, P., Wassenaar, T., Castel, V., Rosales, M., ve de Haan, C. 2006. *Livestock's Longshadow: Environmental Issues and Options*. FAO, Rome.
39. Switanek, M., Brodschneider, R., Crailsheim, K., ve Truhetz, H. (2015). Impacts of Austrian climate variability on honey bee mortality. In EGU General Assembly Conference Abstracts (Vol. 17, p. 9575).
40. Thornton, P. K., van de Steeg, J., Notenbaert, A., & Herrero, M. (2009). The impacts of climate change on livestock and livestock systems in developing countries: A review of what we know and what we need to know. *Agricultural Systems*, 101(3), 113-127. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.agsy.2009.05.002>
41. Topal, E., Özsoy, N., Şahinler, N. (2016). Küresel ısınma ve arıcılığın gelişimi, Mustafa Kemal Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 21(1):112-120
42. Tubiello, F. N., Amthor, J. S., Boote, K. J., Donatelli, M., Easterling, W., Fischer, G., Gifford, R. M., Howden, M., Reilly, J., & Rosenzweig, C. (2007). Crop response to elevated CO₂ and world food supply: A comment on "Food for Thought..." by Long et al., *Science* 312:1918–1921, 2006. *European Journal of Agronomy*, 26(3), 215-223. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.eja.2006.10.002>
43. Türkeş, M. (1997). Hava ve iklim kavramları üzerine. *TÜBİTAK Bilim ve Teknik Dergisi*, 355, 36-37.
44. Türkeş, M. (2013). IPCC İklim değişikliği 2013: Fiziksel bilim temeli politikacılar için özet raporundaki yeni bulgu ve sonuçların bilimsel bir değerlendirmesi. *İklim değişikliğinde son gelişmeler: IPCC 2013 raporu*, pp.8-18, Sabancı Üniversitesi İstanbul Politikalar Merkezi (IPM): İstanbul.
45. Türkeş, M. T.(2020). İklim değişikliğinin tarımsal üretim ve gıda güvenliğine etkileri: Bilimsel bir değerlendirme. *Ege Coğrafya Dergisi*, 29(1): 125-149.

46. UNFCCC. (1992). United Nations framework convention on climate change. FCCC/INFORMAL/84, GE.05-62220 (E) 200705. United Nations.
47. Ziska, L.H., Blumenthal, D.M., Runion, G.B., Hunt, E.R., ve Diaz-Soltero H. (2011). Invasive species and climate change: An agronomic perspective, *Climate Change*, 105,13-42.

53. Bölüm

Depremlerin Şirketlerin Finansal Durumları Üzerindeki Etkisi: 1999 ve 2011 Depremlerinden Hareketle 2023 Depremi

Esra ATABAY¹

Ayşegül ÖZTÜRK KAMİLÇELEBİ²

1 Doç. Dr. Sorumlu yazar. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Biga İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Muhasebe ve Finansman Ana Bilim Dalı, esra.atabay@comu.edu.tr, ORCID NO: 0000-0002-6855-7521, Tel: 555 5172109

2 İstanbul Arel Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Muhasebe ve Denetim (YL) (Tezsiz), ORCID NO: 0000-0002-2602-564X

Özet

Ülke olarak, 1900'lü yıllardan günümüze kadar çok sayıda ve çeşitli şiddetlerde depremle karşı karşıya kalınmıştır. Şüphesiz ülke ekonomilerinde meydana gelen kayıplar çok büyük boyutlardadır. Bu çalışmada, 1999 Gölcük depremi ile 2011 Van depremlerinin, söz konusu dönemlerde Borsa İstanbul'da işlem gören şirketlerin finansal performanslarında nasıl bir değişim meydana getirdiğini ve şirketlerin depremi takip eden kaçınıcı yılda finansal açıdan toparlanma sürecine girdiğini tespit etmek amaçlanmıştır. Araştırma kapsamına, Borsa İstanbul'da işlem gören BIST-Tüm sektörler dahil edilmiştir. BIST-Tüm'de yer alan şirketlerin deprem öncesi ve deprem sonrası 3'er yıllık dönemleri ile deprem senelerine ait toplam 7 yıllık Tobin's Q oranları hesaplanmış ve elde edilen veriler SPSS istatistik paket programında analiz edilmiştir. Her iki depremin ortak bulguları, ana sektör bazında imalat sanayi, mali kuruluşlar ile toptan, perakende ticaret, otel ve lokantalar, alt sektörler bazında ise kimya, petrol, kauçuk ve plastik ürünler, metal sanayi ile metal eşya ve gereç yapımı alt sektörlerinde faaliyet gösteren şirketlerin deprem öncesi ile deprem sonrası finansal performanslarında istatistiksel olarak anlamlı farklılık olduğunu; deprem sonrası finansal performansların deprem öncesine kıyasla daha olumlu olduğu sonucunu vermiştir. Ayrıca, şirketlerin finansal performanslarının yıllar itibarıyla deprem yıllarında en yüksek performansa sahip olduğu, depremi takip eden ilk yılda yaklaşık yüzde 40-50 oranında düşüş meydana geldiği ve fakat ikinci yılda toparlanma sürecine girdikleri görülmüştür.

Anahtar kelimeler: Deprem, Finansal Performans, Borsa İstanbul (BIST), Muhasebe

Jel Kodları: M21, M40, M41

EFFECT OF EARTHQUAKE ON FINANCIAL CONDITIONS OF COMPANIES: EARTHQUAKE IN 2023 WITH REFERENCE TO EARTHQUAKES IN 1999 AND 2011

Abstract

Our country has faced numerous earthquakes that vary in magnitude since 1900s. Undoubtedly, there was major losses and damages in the state economy. This study aims to determine the changes in financial performance of the companies that were publicly traded in the Borsa Istanbul during Gölcük Earthquake in 1999 and Van Earthquake in 2011 and to see how many years elapsed for financial recovery since the earthquake. This study included all

companies that are publicly traded in the BIST-All shares. 7-year Tobin's Q ratios of all companies that are traded in BIST-All Shares are calculated for 3 years before and after earthquake and the year of the earthquake; resultant data is analyzed with SPSS statistical software. Joint findings of those two earthquakes shows statistically significant difference between financial performance before and after earthquake in manufacturing industry, financial organizations, whole sale, retail, hotel and restaurants in terms of main sectors and chemistry, petroleum, rubber and plastic products, metal industry and metal objects and tools in terms of sub-sectors; it is also clarified that financial performances were better after earthquake in comparison with the financial performance before earthquake. Moreover, financial performances of companies have drawn a peak during earthquake period in terms of years; a reduction that is approximately 40-50 percent was observed in the first year after earthquake, but they progressed to a recovery period in the second year.

Key Words: Earthquake, Financial Performance, Borsa Istanbul (BIST – Istanbul Stock Exchange), Accounting

JEL Codes: M21, M40, M41

GİRİŞ

Depremlerin oluşumu, tektonik plakalar adı verilen büyük kaya parçalarının hareketiyle ilişkilidir. Dünya'nın kabuğu, birçok büyük ve küçük plakadan oluşmakta ve bu plakalar zamanla hareket edebilmektedir. Plakalar birbirlerine yaklaşabilir, birbirlerinden uzaklaşabilir veya yan yana sürtünebilirler. Bu hareketler sonucunda gerilimler birikir ve bir noktada gerilimlerin dayanma noktasını aşmasıyla depremler meydana gelir. Depremler, büyüklüklerine ve etkiledikleri alanlara bağlı olarak farklı şiddetlerde meydana gelebilmektedirler. Büyük depremler, şiddetli sarsıntılar, yer kaymaları, tsunamiler ve diğer doğal felaketlere yol açabilmektedir. Depremler, yapısal hasar, can kaybı gibi toplumsal ve sosyal etkilerin yanı sıra ekonomik etkiler de meydana getirmektedir.

Depremlerin yarattığı ekonomik etkiler, kısa, orta ve uzun vadede değişkenlik gösterebilmektedir. Kısa vadede ortaya çıkan etkiler, özellikle can ve mal kaybı, iletişim ve ulaşım sorunları gibi sosyal etkilerin ekonomiye yansımaları şeklinde kendini gösterirken asıl orta ve uzun vadede ekonomi üzerinde etkileri ortaya çıkabilmektedir. Depremler, ilk etapta o bölgedeki şirketlerin finansal durumlarında olumsuz etki meydana getirirken, takip eden dönemlerde ülke ekonomisinin tamamında kısmi veya bütünüyle etki meydana

getirebilmektedirler. Söz konusu etki şirketlerin finansal performanslarında olumsuz yönde olurken, deprem sonrası duyulan ihtiyaçların karşılanmasında payı olan şirketler için olumlu sonuçlar doğurabilmektedir.

Bu çalışmada, depremlerin şirketlerin finansal performansları üzerinde meydana getirdiği değişimin ortaya konulması amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda, çalışma ile, değişimin özellikle hangi ana sektör ve alt sektörlerde meydana geldiği, şirketlerin depremi takip eden kaçınıcı senede finansal durumlarını iyileştirmeye başladığı ve şirketlerin finansal durumlarında deprem öncesine kıyasla deprem sonrasında ne yönde bir değişimin olduğu belirlenmeye çalışılmıştır.

LİTERATÜR TARAMASI

Depremlerin şirketlerin finansal performansları üzerindeki etkisini ele alan yerli ve yabancı çalışmalar incelenmiş ve yapılan çalışmalara ilişkin özet bilgiler aşağıda sunulmuştur.

Evci (2023), 3. Uluslararası Akdeniz Kongresinde 6 Şubat 2023 depreminin borsa İstanbul endeksleri üzerindeki etkisini bir olay çalışması ile ele almıştır. Getirilerin olay günü ve olaydan sonraki gün negatif olduğu tespit edilmiştir.

Şen (2023), Kahramanmaraş depremlerinin ekonomiye etkisini incelemiştir. Çalışmada, depremlerin ülke ekonomisine olan etkileri analiz edilmiştir. Çalışma kapsamında, yaşanan depremlerin ardından uygulamaya alınan önlemlerden, depremlerin ortaya çıkardığı maliyetlere ilişkin yapılan tahminlerden ve bu maliyetlerin ekonomi üzerindeki muhtemel etkilerinden bahsedilmiştir. Sonuç olarak, depremlerin maliyetinin 70 milyar dolar seviyesinde olacağı, söz konusu maliyetin önemli kısmının kamu tarafından karşılanacağı ve depremlerin makroekonomik göstergeler üzerinde negatif yönlü etkilerinin olacağı kanaatine ulaşılmıştır.

Aydınbaş (2023), çalışmasında sosyoekonomik boyutuyla Türkiye’de depremler üzerine inceleme yapmıştır. Kahramanmaraş depremini örnek olarak aldığı çalışmada, nitel araştırma yöntemi kullanmış ve ekonometrik bir analiz yapmamıştır. Çalışma kavramsal çerçeve ve depremin sosyoekonomik etkileri üzerine odaklanmış bir çalışmadır.

Say ve Doğan (2023) çalışmalarında depremlerin hisse senedi getirileri üzerindeki etkisini Kahramanmaraş depremini baz alarak incelemişlerdir. Olay gününden 15 gün öncesi ile 15 gün sonrasının pay senedi getirilerinin pazar getirisinden farkı belirlenerek anormal bir getirinin olup olmadığı incelenmiştir. Çalışmada BIST 30 firmalarının 16.01.2023 ile 03.03.2023 arasındaki günlük verilerinden yararlanılmıştır. Analiz sonucunda olay günü ve olay sonrası birinci ve ikinci gün ortalama anormal getiri elde edildiği tespit edilmiştir. Ayrıca olay

günü ve olay sonrası tüm günlerde pozitif kümülatif anormal getiri elde edildiği belirlenmiştir.

Tetik ve Albulut (2023), 6 Şubat 2023'te yaşanan depremin ekonomik ve finansal etkilerini ihracat açısından ele almışlardır. Çalışma makroekonomik göstergeler ışığında ülke ekonomisi açısından ele alınmıştır. Çalışma ile, 6 Şubat 2023'te meydana gelen deprem sonucu zarar gören ihracat firmalarının finansal ve ekonomik durumları üzerinde durularak sorunların çözüme kavuşturulması için politika önerileri geliştirilmeye çalışılmıştır.

Kanat ve Tetik (2023), yaptıkları çalışmada Kahramanmaraş depreminin Borsa İstanbul'daki etkileri üzerine BİST100 endeks verilerini kullanarak olay yöntemi ile analiz yapmışlardır. Olay çalışması yöntemi olarak tahmini getiriler ile gerçekleşen getiri arasındaki farkları inceleyerek, yaşanan kayıplar ile yükselişlerin istatistiksel sonuçlarına çeşitli politika önerileri sunmuşlardır. Bu bağlamda çıkan sonuç kümülatif bir anormal zararın olmadığıdır. Oluşabilecek zararın önlenmesi için açığa satışın yasaklanması, işlemlerin tedbir kararı hazırlanıncaya kadar durdurulması ve geri alınan payların 30 gün içinde tekrar geri satılamaması gerektiği önerileri sunulmuştur.

Gürsoy ve arkadaşları (2023), Kahramanmaraş depreminin finansal piyasalar üzerindeki etkisini sektörel bazda araştırmışlardır. Çalışma iki günlük süreçte (06.02.2023, 07.02.2023) gerçekleşen dakikalık deprem ve bunlar ile eşleşen endeks fiyatlarından oluşmaktadır. Endeksler ise Borsa İstanbul'da yer alan BIST Gıda, İçecek, BIST GMYO, BIST Madencilik, BIST Bankalar, BIST Aracı Kurumlar, BIST Teknoloji, BIST KOBİ Sanayi, BIST Tekstil, Deri gibi önde gelen büyük sektörleri kapsamaktadır. Analiz sonuçlarına göre depremin etkileri sektörler için farklılık göstermektedir. Gerçekleşen deprem büyüklüğünün Borsa İstanbul'da yer alan Gıda, GMYO ve Madencilik sektörlerinde volatilité yayılımı bakımından bir etkisinin olmadığı tespit edilirken; Bankacılık, Aracı Kurumlar, Bilişim, KOBİ ve tekstil sektörlerinde ise deprem büyüklüğünden bu endekslere doğru volatilitéde nedensellik etkisi görüldüğü bulgusuna ulaşılmıştır.

Avdar ve Avdar (2022), Türkiye'de yaşanan doğa kaynaklı afetlerin özellikle depremlerin sosyo-ekonomik etkilerini incelemişlerdir. Çalışma kapsamına Marmara ve Van depremleri alınmıştır. Çalışmanın sonuç kısmında bu büyük afetlerin sebep olduğu ekonomik, psikososyal yıkımlar incelenmiş ve yapılması gerekenler tavsiye edilmiştir.

Hamurcu (2022), depremlerin sigortacılık sektöründe faaliyet gösteren firmaların hisse senetleri üzerindeki etkisini incelemiştir. Çalışma kapsamında 2020 yılında İzmir'de meydana gelen deprem ele alınmıştır. BIST TUM endeksi içerisinde bulunan sigortacılık sektörü hisse senetlerinin bu deprem felaketine

verdiği tepkiler olay çalışması yöntemi ile analiz edilmiştir. Sonuçlara göre depremin, sigortacılık sektörü hisse senetlerine ait kümülatif getirilerde 15, 30, 45 ve 60 günlük dönemler için negatif yönde etkiler yarattığı ortaya konmuştur.

Depremin Türkiye'deki hisse senetleri üzerindeki etkisini inceledikleri çalışmada Yıldırım ve Alola (2020) ilk olarak yerli ve yabancı kaynaklardan literatür taraması yapmışlar ve ARDL testi ile analiz yaparak kısa süreli dönemde depremin hisse senetleri üzerine bir etkisinin olmadığını, uzun vadede ise ekonomideki belirsizlik ve döviz kuru üzerinde negatif yönlü bir etki yarattığını belirtmişlerdir.

Şahin ve Kılınç (2016), Türkiye'de 1980-2014 yılları arasında görülen depremlerin ekonomik etkileri üzerine çalışma yapmışlardır. Bu çalışmada 1980 ile 2014 yılları arasında görülen deprem sonrası ölümler, depremden etkilenenler ve ülkemiz için oluşan ekonomik kayıplar incelenmiş, açıklanan sayısal veriler ışığında değerlendirme yapılmıştır. Sonuç olarak bu kayıpların ülkemizi derinden etkileyebilecek boyutlara ulaştığı yorumu yapılmıştır.

İncelenen yabancı literatürden elde edilen bulgular ise şu şekildedir:

Joseph (2022), 2010 yılında Haiti'de meydana gelen depremin ekonomik büyüme ve iyileşme üzerindeki ortalama günlük etkisini yerel idareler düzeyinde ayrıştırmış ampirik analiz yürüterek incelemiştir. Yaptığı çalışma, depremlerin kısa dönemde ülke ekonomik büyümesi üzerinde güçlü bir düşüş meydana getirdiğini göstermektedir.

Best ve Burke (2019), Haiti'de meydana gelen 2010 depreminin makroekonomik kayıplarını tahmin etmek üzere bir çalışma yapmışlardır. Depremin makroekonomik etkileri, 2010-2015 döneminde gayri safi yurt içi hasılanın ortalama yüzde12'sine denk gelmektedir. Sonuçlar; ithalat ve dış yardımlardaki artışların toplam tüketimdeki geçici artışı desteklediğini, buna karşılık toplam yatırım ve hizmet sektörü çıktısında büyük daralmalar yaşandığını, karayolu taşımacılık sektörünün ciddi şekilde etkilendiğini ve makroekonomik kayıpların kalıcı olabileceğini göstermektedir.

Fabeil ve arkadaşları (2019), konaklama hizmeti sunan küçük ölçekli işletmeler üzerinde yaptıkları vaka çalışması ile işletmenin deprem öncesi, deprem sonrası ve deprem sonrasındaki işletme performanslarını ve stratejilerini analiz etmişlerdir. Bu amaca ulaşabilmek üzere, Ranau'da faaliyet gösteren ve Sabah Turizm Kuruluna kayıtlı otel, tatil köyü ve aile yanı konaklama hizmeti sunan 33 şirketin yöneticileri ile yüz yüze görüşme sağlamıştır. Bulgular, depremin, fiziksel, faaliyetsetel ve duygusal yönler açısından işletme performansları üzerinde ciddi etkiler meydana getirdiğini ortaya koymuştur. İlave olarak, işletme içi iyileşme stratejilerinin işletme dışı stratejilere kıyasla daha tercih edilebilir olduğu sonucu elde edilmiştir.

Seko (2019) tarafından tüm Japonya’da sismik risk ile kiralama ve sahibi tarafından oturulan konut fiyatları arasındaki ilişki incelenmiştir. Bulgular, aylık ev kiralarda depremin negatif etki meydana getirdiğini ve fakat sahibi tarafından kullanılan konutlarda, kiralık evler kadar etkinin açık olmadığını göstermiştir.

Porcelli ve Trezzi (2019) ekonomik faaliyetler üzerinde depremin etkisini İtalya örneği üzerinden incelemişlerdir. 1986 yılından 2011 yılına kadar 95 İtalyan eyaletinde meydana gelen toplam 22 depremin ardından üretim ve istihdam gelişimini ele almışlardır. Yaptıkları çalışma sonucunda, bir depremin ardından üretimde ve istihdamda gözlemlenen daralmanın genellikle küçük ve hatta önemsiz olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Bazı durumlarda çıktı ve istihdam üzerindeki net etkinin yeniden yapılanma faaliyetleri dolayısıyla pozitif olabileceği, ekonomik faaliyetler üzerindeki etkinin kalıcı olmadığı ve olaydan sonraki iki yıl içinde normalleşme sürecinin yaşandığı görülmüştür.

Motonishi (2017), Büyük Doğu Japonya depreminin yatırımcı riskleri ve zaman tercihleri üzerine bir inceleme yapmıştır. Depremden bir ay öncesi ile iki ay sonrasında anket yöntemiyle veriler toplanmıştır. Bulgular, depremden sonra yatırımcıların risk ve zaman tercihlerinde değişiklik gösteren bazı kanıtların varlığını gösterse de değişiklikler farklı finansal fırsat türleri arasında tek tip olmadığını göstermektedir. Özetle, yatırımcı tercihlerindeki bu değişimlerin Japon hisse fiyatlarında deprem sonrası durgunluğu açıklamada yetersiz kaldığı sonucuna varılmıştır.

Guo (2010), 17. Uluslararası Yönetim bilimi ve mühendislik konferansında 12 Mayıs 2008’de meydana gelen Wenchuan depreminin borsa üzerindeki uzun dönemli etkilerini analiz ettiği çalışmasını sunmuştur. Bulgular, depremin etki süresinin kısa olması ve dalgalanma süresinin uzun olmaması dışında, Çin borsasının genel eğilimini değiştirmedeğini, bu nedenle depremin Çin borsası üzerindeki uzun vadeli etkisinin sınırlı olduğunu göstermiştir.

Yerli ve yabancı düzeyde yapılan çalışmalar incelendiğinde, depremin genellikle hisse senedi getirileri ile ilişkilendirilmiş olduğu veya makroekonomik açıdan ele alındığı görülmektedir. Özellikle yabancı literatürde depremin belli sektörler üzerindeki etkisinin incelendiği dikkat çekmektedir. Bu çalışmada deprem ile sektör ayırımına gidilmeden Borsa İstanbul’da işlem gören tüm sektörlerdeki şirketlerin finansal performansları arasında ilişki kurulmuştur. Dolayısıyla çalışma, sektörler arası kıyaslama yapılarak depremden en çok etkilenen sektörlerin tespit edilmesine ve şirketlerin finansal performanslarındaki depreme bağlı değişimi görmeye imkân sunmaktadır.

ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ

Araştırmanın Amacı, Kapsamı ve Kısıtları

Depremler hiç şüphesiz ülke ekonomilerini ve faaliyet halindeki şirketlerin finansal durumlarını etkilemektedir. Merak edilen husus, depremlerin şirketlerin finansal durumlarını ne şekilde etkilediğidir. Bazı şirketlerin finansal yapılarının bu doğal afet olayından olumlu etkilendiği düşünülürken, bazılarının olumsuz etkilendiği tahmin edilmektedir. Bu çalışmanın amacı, deprem sonrasında, şirketlerin finansal durumlarının ne yönde değişiklik gösterdiğini tespit edebilmek ve buradan hareketle ülkemizde 06 Şubat 2023 tarihinde meydana gelen Kahramanmaraş depremi sonrasında şirketlerin finansal durumları hakkında öngörude bulunabilmektir. Söz konusu depremle benzer niteliklere sahip olması dolayısıyla, çalışma kapsamına, büyüklüğü 7'nin üzerinde olan depremler dahil edilmiştir. Kahramanmaraş depremine kadar ülkemizde 7 şiddeti üzerinde gerçekleşen 13 adet deprem bulunmaktadır.

Tablo 1: Türkiye’de 7 Şiddeti Üzerinde Gerçekleşen Depremler

Tarih	Yer	Şiddeti	Can kaybı	Hasarlı Bina
27.12.1939	Erzincan	7.9	32968	116720
17.08.1999	Gölcük	7.8	17480	73342*
24.11.1976	Muradiye (Van)	7.5	3840	9232
12.11.1999	Düzce	7.5	763	35519*
09.08.1912	Mürefte (Tekirdağ)	7.3	216	5540
07.05.1930	Türk-İran Sınırı	7.2	2514	-
27.11.1943	Lâdik (Samsun)	7.2	4000	40000
01.02.1944	Gerede-Çerkeş (Bolu)	7.2	3959	20865
18.03.1953	Yenice (Çanakkale)	7.2	265	6750
28.03.1970	Gediz (Kütahya)	7.2	1086	19291
23.10.2011	Van	7.2	644	17005*
25.04.1957	Fethiye Rodos (Muğla)	7.1	67	3200
26.05.1957	Abant (Bolu)	7.1	52	5200

*Çalışma kapsamına alınan depremler

Kaynak: <http://www.koeri.boun.edu.tr/sismo/2/deprem-bilgileri/buyuk-depremler/>
(24.04.2023)

Çalışma kapsamına, Borsa İstanbul’da (BIST) işlem gören tüm şirketler alınmıştır. BIST verilerinde 1992 yılından önceki verilere erişilememektedir. Dolayısıyla, 1992 yılı sonrasında meydana gelen depremlerin (1999 ve 2011 yıllarındaki depremler) şirketlerin finansal durumları üzerindeki etkisi incelenmiştir.

Araştırmanın Evreni

Araştırma, Borsa İstanbul'da işlem gören tüm şirketleri (BIST TÜM) kapsamaktadır. Şirketlerin öncelikle deprem öncesi 4 yıl ve deprem sonrası 4 yıl olmak üzere Tobin's Q oranlarının hesaplanması amacıyla finansal tabloları ve piyasa değerleri incelenmiştir. Yapılan incelemelerde 2003 yılındaki verilere enflasyon muhasebesi uygulanması nedeniyle önceki yıllara nazaran çok farklılaştığı görülmüş ve 2003 yılı araştırma kapsamından çıkarılmıştır. Dolayısıyla araştırma kapsamına deprem öncesi 3 yıl ve deprem sonrası 3 yıllık veriler dâhil edilmiştir. 1999 yılında borsada işlem gören tüm şirket sayısı 244; 2011 yılında borsada işlem gören tüm şirket sayısı 372 olarak tespit edilmiştir. 1999 depremi öncesi (1997 Rusya krizinin etkileri) ve sonrası (2001 iç ekonomik kriz) yıllarda ülkeyi etkileyen ekonomik krizlerin olması deprem öncesi ve sonrası şirketlerin finansal durumlarını etkileyen unsurları eşit hale getirmiştir. Deprem öncesi ve sonrası 3'er yıllık şirket verileri incelendiğinde bazı şirketlerin verilerinin eksik olduğu, bazı şirketlerin ise araştırma kapsamındaki tüm yıllarda borsada işlem görmediği tespit edilmiştir. Dolayısıyla araştırma kapsamındaki şirket listeleri yeniden düzenlenmiş ve son haliyle çalışmaya 1999 depremi sonrası araştırma için 159 şirket; 2011 depremi sonrası araştırma için 223 şirket dâhil edilmiştir. Bu doğrultuda çalışmanın evrenini söz konusu şirketlerin 7 yıllık verileri oluşturmaktadır.

Araştırmada Veri Toplama ve Analiz Yöntemi

Araştırmada biri 1999 depremine bir diğeri 2011 depremine ilişkin olmak üzere iki ayrı veri seti oluşturulmuştur. Veriler ayrı olarak analizlere tabi tutulmuş, bulgular elde edilmiş ve ayrıca iki analizden elde edilen ortak sonuçlara da çalışmada yer verilmiştir. Veri setlerinin oluşturulması aşamasında, öncelikle Borsa İstanbul'dan 1996 ila 2014 yıllarına ilişkin şirketlerin piyasa değerleri ile mali tabloları talep edilmiş ve gelen veriler kullanılarak önce deprem yıllarındaki şirketler ve bu şirketlere bağlı kalarak da deprem öncesi ve sonrası 3 yıl borsada işlem gören şirketler Microsoft Excel Office programında listelenmiştir. Her bir şirketin piyasa değeri ile mali tablolarından alınan toplam varlık ve toplam borç tutarları Excel programına işlenmiştir. Çalışmada şirketlerin finansal performans göstergesi olarak piyasa temelli bir oran olan Tobin's Q oranı kullanılmıştır. Oran $[(Piyasa \text{ değeri} + Toplam \text{ Borçlar}) / Toplam \text{ varlıklar}]$ formülü ile hesaplanmıştır (Şenol ve Ulutaş, 2018).

Araştırmada, şirketlerin finansal durumlarının deprem yıllarına nazaran öncesi ve sonrasında farklılık gösterip göstermediğini ortaya koyabilmek için hipotez testleri kullanılmıştır. Hipotez testleri verilerin birtakım varsayımları karşılama durumuna göre parametrik veya non-parametrik şeklinde

ayrılmaktadır. Bu bağlamda verilerin parametrik testlerin kullanılabilmesine olanak tanıyan varsayımları karşılayıp karşılamadığının test edilmesi gerekmektedir. Parametrik hipotez testlerinin üç varsayımı bulunmaktadır (Kalaycı, 2014): Veriler aralıklı veya oransal olmalıdır, normal dağılıma uymalıdır ve grup varyansları eşit olmalıdır. İstatistiksel bir çalışmada, birçok testin yapılabilmesi için verilerin dağılımının normal veya normale yakın olması gerekmektedir. Çünkü verilerin normalden uzak olması analiz sonuçlarının yanlış çıkmasına ve dolayısıyla da yorumların yanlış yapılmasına sebep olur (Kalaycı, 2014). Bu nedenle öncelikle verilerin normal dağılım sergileyip sergilemediği SPSS istatistik paket programı kullanılarak test edilmiştir. Verilerin basıklık ve çarpıklık değerlerinin sıfıra yakın olması normal dağılıma uygun olduğu anlamına gelmektedir. Araştırma verilerinin basıklık ve çarpıklık değerleri incelenmiştir. Tablo 2’de 1999 depremine ilişkin ve Tablo 3’te 2011 depremine ilişkin bulgular gösterilmiştir.

Tablo 2: Araştırmada Kullanılan 1999 Depremi Verilerine İlişkin Basıklık (Kurtosis) ve Çarpıklık (Skewness) Değerleri

Veriler	N	Min.	Max.	Ort.	Stn.Sap	Çarpıklık		Basıklık	
						İstatistik	Std.Sap.	İstatistik	Std.Sap.
1996	159	,45	10,54	1,78	1,18	3,950	,192	22,576	,383
1997	159	,50	15,26	2,10	1,61	4,601	,192	30,732	,383
1998	159	,34	4,59	1,26	,66	2,041	,192	5,543	,383
1999	159	,53	18,55	2,52	2,21	3,688	,192	19,639	,383
2000	159	,48	7,59	1,59	1,06	2,756	,192	9,986	,383
2001	159	,53	7,51	1,65	1,08	2,829	,192	9,802	,383
2002	159	,29	5,29	1,07	,69	3,646	,192	17,866	,383
DÖ	159	,47	9,11	1,71	1,04	3,750	,192	19,901	,383
DS	159	,49	6,80	1,4	,83	2,964	,192	12,791	,383

Tablo 3: Araştırmada Kullanılan 2011 Deprem Verilerine İlişkin Basıklık (Kurtosis) ve Çarpıklık (Skewness) Değerleri

Veriler	N	Mi n.	Max.	Ort.	Stn.Sa p	Çarpıklık		Basıklık	
						İstatistik	Std.Sap.	İstatistik	Std.Sap.
2008	223	,24	8,46	,9926	,86460	5,537	,163	38,573	,324
2009	223	,17	8,34	,8925	,75792	6,200	,163	50,888	,324
2010	223	,02	7,67	1,292	,89270	3,530	,163	16,689	,324
2011	223	,00	10,82	1,540	1,3677	3,671	,163	15,918	,324
2012	223	,00	10,22	1,355	1,1522	4,005	,163	21,010	,324
2013	223	,00	7,13	1,405	1,0735	3,193	,163	11,783	,324
2014	223	,00	11,42	1,303	1,1535	5,132	,163	35,757	,324
DÖ	223	,27	7,69	1,059	,75317	4,836	,163	32,816	,324
DS	223	,32	6,86	1,354	1,0010	3,077	,163	10,871	,324

Tablo 2 ve 3'e göre, tüm verilere ilişkin basıklık ve çarpıklık değerleri sıfırdan oldukça uzak görünmektedir. Dolayısıyla parametrik testlerin kullanılmasının öncelikli varsayımı olan normal dağılım varsayımı karşılanmadığı için analizlerde non-parametrik testlerin kullanılmasının daha doğru sonuçlar ortaya çıkaracağı aşikârdır. Araştırma, 1999 Depremi için 159 BIST şirketinin ve 2011 Depremi için 223 BIST şirketinin farklı zamanlarına ilişkin karşılaştırmalarını kapsamaktadır. Bu doğrultuda, araştırma sorularına cevap bulabilmek amacıyla, analiz yöntemi olarak, tekrarlanan değerli tek yönlü varyans analizinin non-parametrik alternatifi olan Friedman Testi ile yine tekrarlanan değerlerin iki farklı durumu veya zamanına ilişkin karşılaştırma yapmak amacıyla kullanılan Wilcoxon Signed Rank testi kullanılmıştır.

Araştırma Soruları

Büyük depremler sonrasında, şirketlerin finansal durumlarının ne yönde değişiklik gösterdiğini tespit edebilmeyi ve buradan hareketle ülkemizde 06 Şubat 2023 tarihinde meydana gelen Kahramanmaraş depremi sonrasında şirketlerin finansal durumları hakkında öngörude bulunabilmeyi amaçlayan bu çalışmanın temel araştırma sorusu: ***“Türkiye’de meydana gelen büyük depremlerin şirketlerin finansal durumları üzerinde etkisi var mıdır?”*** şeklinde oluşturulmuştur. Temel araştırma sorusuna ulaşabilmek üzere belirlenmiş yan araştırma soruları da mevcuttur.

Y.A.S.1: Sektörel bazda şirketlerin finansal performanslarında yıllar itibarıyla istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmakta mıdır?

Y.A.S.2: Sektörel bazda şirketlerin finansal performanslarında deprem öncesi ile deprem sonrası istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmakta mıdır?

Y.A.S.3: Alt sektörler bazında şirketlerin finansal performanslarında yıllar itibarıyla istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmakta mıdır?

Y.A.S.4: Alt sektörler bazında şirketlerin finansal performanslarında deprem öncesi ile deprem sonrası istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmakta mıdır?

Y.A.S.5: Depremden ne kadar süre sonra şirketlerin finansal performanslarında iyileşme görülmektedir?

Y.A.S.6: Deprem Öncesi ile deprem sonrası finansal performanslarında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunan şirketlerdeki değişimin yönü nedir?

BULGULAR

Bu başlık altında, çalışmada belirlenmiş araştırma sorularına yönelik elde edilen sonuçlara yer verilmiştir. Öncelikle, her iki depreme yönelik araştırma kapsamında yer alan şirketlerin genel bilgilerine ilişkin bulgular açıklanmıştır.

Daha sonraki alt başlıklarda ise her bir depreme ilişkin bulgular ayrı ayrı özetlenmiştir.

Araştırma Kapsamındaki Şirketlere İlişkin Bulgular

Araştırma kapsamındaki şirketlerin belirlenmesinde depremin meydana geldiği yıllar (1999 ve 2011) baz yıl kabul edilmiş ve bu yıllarda BIST’te işlem gören şirketler incelemeye alınmıştır. Araştırma kapsamındaki şirketlere ilişkin demografik bulgular Tablo 4 ve 5’te özetlenmiştir.

Tablo 4: 1999 Gölçük Depremine İlişkin Araştırma Kapsamındaki Şirketlere İlişkin Bulgular

Ana Sektör	N	%
Elektrik, Gaz ve Su	1	0,6
İmalat Sanayi	114	71,7
İnşaat ve Bayındırlık	1	0,6
Mali Kuruluşlar	29	18,2
Teknoloji	3	1,9
Toptan, Perakende, Otel ve Lokantalar	8	5,0
Ulaştırma ve Haberleşme	3	1,9
Toplam	159	100
Alt Sektör	N	%
Aracı Kurumlar	1	0,6
Bilişim	2	1,3
Diğer imalat sanayi	1	0,6
Dokuma, Giyim Eşyası ve Deri	22	13,8
Elektrik, Gaz ve Su	1	0,6
Finansal Kiralama ve Factoring	3	1,9
Gıda, İçki ve Tütün	15	9,4
Holdingler ve Yatırım Şirketleri	8	5,0
İnşaat ve Bayındırlık	1	0,6
Kâğıt ve kâğıt ürünleri	7	4,4
Kimya, Petrol, Kauçuk ve Plastik Ürünler	21	13,2
Lokanta ve Oteller	3	1,9
Menkul Kıymet Yatırım Ortaklıkları	13	8,2
Metal Ana Sanayi	11	6,9
Metal Eşya, Makine ve Gereç Yapımı	15	9,4
Orman Ürünleri ve Mobilya	2	1,3
Perakende Ticaret	4	2,5
Savunma	1	0,6
Sigorta Şirketleri	4	2,5
Taş ve Toprağa Dayalı Sanayi	20	12,6
Toptan Ticaret	1	0,6
Ulaştırma	3	1,9
Toplam	159	100

Tablo 4'e göre, araştırma kapsamındaki şirketlerin büyük çoğunluğunun (yüzde 71,7) imalat sanayinde faaliyet gösteren şirketlerden oluştuğu, bunu yüzde 18,2 ile mali kuruluşların takip ettiği diğer sektörlerdeki şirketlerin araştırmadaki oranının ise yüzde 5 ve altında olduğu görülmektedir. Araştırmanın büyük çoğunluğunu kapsayan imalat sektörü altında yer alan alt sektörler; Gıda, İçki ve Tütün (yüzde 9,4); Dokuma, Giyim Eşyası ve Deri (yüzde 13,8); Orman Ürünleri ve Mobilya (yüzde 1,3); Kâğıt ve Kâğıt Ürünleri Basım ve Yayın (yüzde 4,4); Kimya, Petrol, Kauçuk ve Plastik Ürünler (yüzde 13,2); Taş ve Toprağa Dayalı Sanayi (yüzde 12,6); Metal Ana Sanayi (yüzde 6,9); Metal Eşya, Makine ve Gereç Yapımı (yüzde 9,4) ile Diğer İmalat Sanayi (yüzde 0,6)'dir.

Tablo 5: 2011 Van Depremine İlişkin Araştırma Kapsamındaki Şirketlere İlişkin Bulgular

Ana Sektör	N	%
Eğitim, Sağlık, Spor ve diğer sosyal hizmetler	3	1,3
Elektrik, Gaz ve Su	4	1,8
İmalat Sanayi	132	59,2
İnşaat ve bayındırlık	1	,4
Madencilik	2	,9
Mali kuruluşlar	46	20,6
Teknoloji	12	5,4
Toptan, perakende ticaret, otel ve lokantalar	18	8,1
Ulaştırma, haberleşme ve depolama	5	2,2
Toplam	223	100,00
Alt Sektör	N	%
Aracı kurumlar	1	,4
Girişim sermayesi Yat. Ort.	1	,4
Haberleşme	1	,4
Holdingler ve yatırım şirketleri	15	6,7
İnşaat ve bayındırlık	1	,4
Kâğıt ve kâğıt ürünleri, basım ve yayım	10	4,5
Kimya, petrol, kauçuk ve plastik ürünler	20	9,0
Lokanta ve oteller	7	3,1
Madencilik	2	,9
Metal ana sanayi	13	5,8
Metal eşya, makine ve gereç yapımı	24	10,8
Bilişim	11	4,9
Orman ürünleri ve mobilya	1	,4
Perakende ticaret	7	3,1
Savunma	1	,4
Sigorta şirketleri	6	2,7
Taş ve toprağa dayalı sanayi	25	11,2

Toptan ticaret	4	1,8
Ulaştırma, haberleşme ve depolama	4	1,8
Yatırım ortaklıkları	7	3,1
Diğer imalat sanayi	2	,9
Dokuma, giyim eşyası ve deri	17	7,6
Eğitim, sağlık, spor ve diğer sosyal hizmetler	3	1,3
Elektrik, gaz ve su	4	1,8
Finansal kiralama ve faktöring	5	2,2
GMYO	11	4,9
Gıda, içki ve tütün	20	9,0
Toplam	223	100,0

Tablo 5'e göre, araştırma kapsamında yer alan şirketlerin çoğunluğunu yüzde 59,2 (n:132) ile imalat sanayinde faaliyet gösteren şirketler oluştururken bu sektörü yüzde 20,6 (n=46) ile mali kuruluşlar sektöründe faaliyet gösteren şirketler oluşturmaktadır. Ayrıca, araştırmada "Toptan, perakende ticaret, otel ve lokantalar" sektöründe 18 firma (yüzde 8,1) ve "teknoloji" sektöründe 12 firma (yüzde 5,4) yer almaktadır. Araştırmanın yüzde 79,8'ini oluşturan imalat ve mali kuruluşlar sektörlerinde yer alan şirketlerin alt sektörler bazında dağılımı incelendiğinde, imalat ana sektörü kapsamında en fazla şirketin yüzde 11,2 ile "taş ve toprağa dayalı sanayi" alt sektöründe faaliyet gösterdiği, bunu yüzde 10,8 ile "metal eşya, makine ve gereç yapımı" alt sektöründe faaliyet gösteren şirketlerin takip ettiği görülmektedir. Mali kuruluşlar ana sektörü kapsamında en fazla şirketin yer aldığı alt sektör 15 firma ile (yüzde 6,7) "holdingler ve yatırım şirketleri" olurken; bunu 11 firma ile (yüzde 4,9) "gayrimenkul yatırım ortaklıkları" takip etmektedir.

Gölcük Depreminin Sektör ve Alt Sektör Bazında Şirketlerin Finansal Durumları Üzerindeki Etkisine İlişkin Bulgular

Bu başlık altında 17 Ağustos 1999 tarihinde meydana gelen Gölcük depreminin, BIST'te işlem gören şirketlerin finansal durumları üzerinde hem yıllar itibariyle hem de deprem öncesi ve sonrası finansal durumları arasında farklılık olup olmadığına ilişkin elde edilen bulgulara yer verilmiştir. 1999 yılında BIST kapsamında 7 adet ana sektör tanımlanmıştır. Söz konusu sektörler; "Elektrik, Gaz ve Su", "İmalat Sanayi", "İnşaat ve Bayındırlık", "Mali Kuruluşlar", "Teknoloji, Toptan, Perakende, Otel ve Lokantalar" ile "Ulaştırma ve Haberleşme" sektörleridir. Her bir sektör kendi içinde analiz edilmiş ve şirketlerin yıllar itibariyle finansal performanslarının Friedman Testi ile karşılaştırması yapılmıştır. Elde edilen bulgular Tablo 6'da özetlenmiştir.

Tablo 6: Gölcük Depreminin Sektör Bazında Şirketlerin Finansal Durumlarında Yıllara Göre Friedman Testi Sonuçları

Sektörler	Yıllar	N	Sıralı Ort.	X ²	sd	Sig.
İmalat Sanayi	1996	114	4,99	344,805	6	.000*
	1997	114	5,32			
	1998	114	2,32			
	1999	114	5,98			
	2000	114	3,48			
	2001	114	3,99			
	2002	114	1,92			
Mali Kuruluşlar	1996	29	3,67	56,510	6	.000*
	1997	29	5,83			
	1998	29	2,76			
	1999	29	5,16			
	2000	29	4,02			
	2001	29	4,21			
	2002	29	2,36			
Teknoloji	1996	3	2,67	13,143	6	.041*
	1997	3	4,67			
	1998	3	1,33			
	1999	3	7,00			
	2000	3	5,00			
	2001	3	4,33			
	2002	3	3,00			
Toptan, Perakende, Otel ve Lokantalar	1996	8	4,63	25,071	6	.000*
	1997	8	5,63			
	1998	8	3,50			
	1999	8	6,25			
	2000	8	3,13			
	2001	8	3,00			
	2002	8	1,88			
Ulaştırma ve Haberleşme	1996	3	5,33	13,143	6	.041*
	1997	3	5,67			
	1998	3	2,33			
	1999	3	6,00			
	2000	3	4,00			
	2001	3	3,67			
	2002	3	1,00			

*p<.05 düzeyinde anlamlı

Tablo 6, sektördeki şirket sayısı 1'den fazla olan tüm sektörlerde finansal performansların yıllar itibariyle istatistiksel olarak anlamlı farklılık seyrettiğini göstermektedir (sig<.05). Tüm sektörlerde, 1998 yılında finansal performansların bir önceki yıla nazaran düştüğü gözlenmektedir. Bu düşüşte, 1997 yılında Asya-

Pasifik'te başlayan daha sonra Rusya'ya sıçrayan küresel kriz etkili olmuştur. Hisse senetlerinin değeri hızla düşmüş, sermaye çıkışları olmuş ve döviz rezervleri azalmıştır (Danışoğlu, 2007). 1999 yılında şirketler finansal olarak toparlanmışlar ancak meydana gelen deprem felaketi tekrardan finansal yapının bozulmasına neden olmuştur. Depremin ikinci senesinde imalat sanayi ve mali kuruluşlar sektöründeki şirketler finansal açıdan toparlanma yaşarken diğer sektörlerde herhangi bir iyileşme gözlenmemiştir. 2002 senesinde ise tüm sektörlerde ortalama yüzde 40-50 arasında finansal yapının bozulduğu görülmektedir. Genellikle bir olayın finansal yapıya etkisi bir sonraki mali dönemde kendisini gösterdiğinden 2001 yılında şirketlerin finansal yapılarında bozulma meydana getirebilecek olaylar incelenmiş ve 2001 Ülke içi ekonomik krizin olduğu dikkat çekmiştir. Bu kriz ile bankaların gecelik faizleri yüzde 6000'leri aşmış, Merkez Bankası rezervleri düşmüş, dolar kurunda devalüasyon meydana gelmiş ve İstanbul Menkul Kıymetler Borsası yaklaşık yüzde 30 oranında düşüş yaşamıştır (Turan, 2005; Taştemel, 2022).

Sektörel bazda, deprem öncesi ve sonrası şirketlerin finansal performansları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık olup olmadığını test edebilmek üzere Wilcoxon İşaretli Sıralar testi uygulanmış ve iki farklı zaman dilimi arasında değişim meydana gelip gelmediği analiz edilmiştir. Yapılan analiz sonucu elde edilen bulgular Tablo 7'de özetlenmiştir.

Tablo 7: Gölcük Depremi Öncesi ve Sonrası Sektörel Bazda Şirketlerin Finansal Performanslarına İlişkin Wilcoxon İşaretli Sıralar Testi Sonuçları

Sektörler	DÖ-DS	N	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	Z	P
İmalat Sanayi	Negatif Sıralar	88	61,42	5405,00	6,02*	.000**
	Pozitif Sıralar	26	44,23	1150,00		
	Fark olmayan	0				
Mali Kuruluşlar	Negatif Sıralar	21	15,29	321,00	2,24*	.025**
	Pozitif Sıralar	8	14,25	114,00		
	Fark olmayan	0				
Teknoloji	Negatif Sıralar	1	2,00	2,00	.54***	.593
	Pozitif Sıralar	2	2,00	4,00		
	Fark olmayan	0				
Toptan, Perakende, Otel ve Lokanta	Negatif Sıralar	7	4,57	32,00	1,96*	.05**
	Pozitif Sıralar	1	4,00	4,00		
	Fark olmayan	0				
Ulaştırma	Negatif Sıralar	3	2,00	6,00	1,60*	.109
	Pozitif Sıralar	0	,00	,00		
	Fark olmayan	0				

*Pozitif sıralar temeline dayalı ** p<.05 düzeyinde anlamlı, *** Negatif sıralar temeline dayalı

İmalat sanayiinde faaliyet gösteren 114 şirketin, deprem öncesi ve deprem sonrası finansal performansları arasında istatistiksel olarak bir fark olup olmadığını ortaya koymak için yapılan Wilcoxon İşaretli Sıralar testinin sonucuna göre şirketlerin finansal performansları arasında anlamlı bir fark gözlenmiştir [$z=-6,02$, $p<.05$]. Fark puanlarının pozitif sıralar (deprem sonrası) lehine olması, depremin imalat sanayindeki şirketlerin finansal performansları üzerinde anlamlı etki meydana getirdiğini göstermektedir. Benzer şekilde mali kuruluşlar (29 şirket) ile toptan, perakende, otel ve lokantalar (8 şirket) sektöründe faaliyet gösteren şirketlerin de deprem öncesi ve sonrası finansal performansları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark gözlenmiştir [$z=-2,24$, $p<.05$]; [$z=-1,96$, $p<.05$]. Fark puanlarının pozitif sıralar (deprem sonrası) lehine olması, depremin mali kuruluşlar ile toptan, perakende, otel ve lokantalar sektöründeki şirketlerin finansal performansları üzerinde anlamlı etki meydana getirdiğini göstermektedir.

Araştırmanın büyük çoğunluğunu kapsayan imalat sanayinde faaliyet gösteren şirketlerin bağlı oldukları alt sektörler açısından finansal performansları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık olup olmadığını test etmek ve araştırmanın 3. ila 4. yan araştırma sorularına cevap bulabilmek amacıyla non-parametrik testler arasında olan Friedman ve Wilcoxon İşaretli Sıralar testleri yapılmış ve elde edilen bulgular Tablo 8 ve 9'da özetlenmiştir.

Tablo 8: Gölcük Depreminin İmalat Sektörü Bazında Şirketlerin Tabi Oldukları Alt Sektörlere Göre Finansal Durumlarında Yıllara Göre Friedman Testi Sonuçları

Alt Sektörler	Yıllar	N	Sıralı Ort.	X ²	sd	Sig.
Dokuma, Giyim Eşyası ve Deri	1996	22	5,86	51,93	6	.000*
	1997	22	4,66			
	1998	22	2,36			
	1999	22	5,11			
	2000	22	3,43			
	2001	22	4,23			
	2002	22	2,34			
Gıda, İçki ve Tütün	1996	15	5,03	41,16	6	.000*
	1997	15	5,00			
	1998	15	2,50			
	1999	15	6,13			
	2000	15	2,93			
	2001	15	4,07			
	2002	15	2,33			
Kâğıt, Kâğıt ürünleri, Basım ve Yayım	1996	7	4,14	24,35	6	.000*
	1997	7	5,57			
	1998	7	2,43			

	1999	7	5,86			
	2000	7	4,64			
	2001	7	4,07			
	2002	7	1,29			
Kimya, Petrol, Kauçuk ve plastik ürünler	1996	21	4,45	56,39	6	.000*
	1997	21	5,14			
	1998	21	2,57			
	1999	21	6,17			
	2000	21	3,71			
	2001	21	4,00			
	2002	21	1,95			
Metal Ana Sanayi	1996	11	4,73	53,51	6	.000*
	1997	11	5,95			
	1998	11	2,14			
	1999	11	6,73			
	2000	11	3,50			
	2001	11	3,59			
	2002	11	1,36			
Metal Eşya, makine ve gereç yapımı	1996	15	5,27	55,49	6	.000*
	1997	15	6,00			
	1998	15	2,60			
	1999	15	5,93			
	2000	15	3,07			
	2001	15	3,27			
	2002	15	1,87			
Orman ürünleri ve mobilya	1996	2	6,50	10,11	6	.120
	1997	2	6,50			
	1998	2	1,50			
	1999	2	4,75			
	2000	2	2,50			
	2001	2	3,50			
	2002	2	2,75			
Taş ve toprağa dayalı sanayi	1996	20	4,65	80,89	6	.000*
	1997	20	5,35			
	1998	20	1,80			
	1999	20	6,40			
	2000	20	3,65			
	2001	20	4,50			
	2002	20	1,65			

*p<.05 düzeyinde anlamlı

Tablo 8, imalat sektörü kapsamında yer alan şirketlerin alt sektörler bazında yıllar itibariyle finansal performanslarında istatistiksel olarak anlamlı farklılık olup olmadığını göstermektedir. Buna göre, sadece “orman ürünleri ve mobilya” sektörü dışındaki tüm alt sektörlerdeki şirketlerin finansal performansları yıllar itibariyle istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir. Yıllar itibariyle

farklılıkları anlamlı seyreden alt sektör gruplarındaki şirketlerin en yüksek finansal performanslarının 1999 yılına ait olduğu dikkat çekmektedir. Araştırma kapsamındaki yıllar Türkiye için bir yandan ekonomik krizlerin bir yandan doğal afetlerin kendini gösterdiği yıllardır. Dolayısıyla şirketler finansal açıdan tam toparlanma dönemine girmişken ya bir ekonomik krizle ya da deprem ile karşı karşıya kalmışlardır. Yıllar itibarıyla görülen dalgalanma da bunu ortaya koymaktadır.

Alt sektörel bazda, deprem öncesi ve sonrası bakımından şirketlerin finansal performansları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık olup olmadığını test edebilmek üzere Wilcoxon İşaretli Sıralar testi uygulanmış ve iki farklı zaman dilimi arasında değişim meydana gelip gelmediği analiz edilmiştir. Yapılan analiz sonucu elde edilen bulgular Tablo 9’da özetlenmiştir.

Tablo 9: Gölcük Depremi Öncesi ve Sonrası Alt Sektörel Bazda Şirketlerin Finansal Performanslarına İlişkin Wilcoxon İşaretli Sıralar Testi Sonuçları

Alt Sektörler	DÖ-DS	N	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	Z	P
Holdingler ve yatırım şirketleri	Negatif Sıralar	7	5,00	35,00	2,38*	.017**
	Pozitif Sıralar	1	1,00	1,00		
	Fark olmayan	0				
Kâğıt ve kâğıt ürünleri, basım ve yayım	Negatif Sıralar	6	4,33	26,00	2,03*	.042**
	Pozitif Sıralar	1	2,00	2,00		
	Fark olmayan	0				
Kimya, petrol, kauçuk ve plastik ürünler	Negatif Sıralar	15	12,53	188,00	2,52*	.012**
	Pozitif Sıralar	6	7,17	43,00		
	Fark olmayan	0				
Metal ana sanayi	Negatif Sıralar	9	7,00	63,00	2,67*	.008**
	Pozitif Sıralar	2	1,50	3,00		
	Fark olmayan	0				
Metal eşya, makine ve gereç yapımı	Negatif Sıralar	14	8,50	119,00	3,35*	.001**
	Pozitif Sıralar	1	1,00	1,00		
	Fark olmayan	0				

*Pozitif sıralar temeline dayalı ** p<.05 düzeyinde anlamlı

Tablo 9, şirketlerin tabi oldukları alt sektörler bazında finansal performanslarında 1999 depremi öncesi ve sonrası istatistiksel olarak anlamlı farklılık olup olmadığını göstermektedir. Buna göre, mali kuruluşlar ana sektörü kapsamında yer alan “holdingler ve yatırım şirketleri (n=8; z=-2,38, p<.05)” ile imalat ana sektörü kapsamında yer alan “kâğıt ve kâğıt ürünleri, basım-yayım (n=7; z=-2,03, p<.05)”, “kimya, petrol, kauçuk ve plastik ürünler(n=21; z=-2,52, p<.05)”, “metal ana sanayi(n=11; z=-2,67, p<.05)” ile “metal eşya, makine ve gereç yapımı (n=15; z=-3,35, p<.05)” alt sektörlerinde faaliyet gösteren

şirketlerin finansal performanslarında fark puanlarının pozitif sıralar (deprem sonrası) lehine olması, depremin söz konusu alt sektörlerdeki şirketlerin finansal performansları üzerinde anlamlı etki meydana getirdiğini göstermektedir.

Van Depreminin Sektör ve Alt Sektör Bazında Şirketlerin Finansal Durumları Üzerindeki Etkisine İlişkin Bulgular

Bu başlık altında 23 Ekim 2011 tarihinde meydana gelen Van depreminin, BIST’te işlem gören şirketlerin finansal durumları üzerinde hem yıllar itibariyle hem de deprem öncesi ve sonrası finansal durumları arasında farklılık olup olmadığına ilişkin elde edilen bulgulara yer verilmiştir. 2011 yılında BIST kapsamında 9 adet ana sektör tanımlanmıştır. Söz konusu sektörler; “Eğitim, Sağlık, Spor ve Diğer Sosyal Hizmetler”, “Elektrik, Gaz ve Su”, “İmalat Sanayi”, “İnşaat ve Bayındırlık”, “Madencilik”, “Mali Kuruluşlar”, “Teknoloji”, “Toptan, Perakende, Otel ve Lokantalar” ile “Ulaştırma ve Haberleşme” sektörleridir. Her bir sektör kendi içinde analiz edilmiş ve şirketlerin yıllar itibariyle finansal performanslarının Friedman Testi ile karşılaştırması yapılmıştır. Elde edilen bulgular Tablo 10’da özetlenmiştir.

Tablo 10: Van Depreminin Sektör Bazında Şirketlerin Finansal Durumlarında Yıllara Göre Friedman Testi Sonuçları

Sektörler	Yıllar	N	Sıralı Ort.	X ²	sd	Sig.
Eğitim, sağlık, spor ve diğer sosyal hizmetler	2008	3	4,00	1,857	6	.932
	2009	3	3,67			
	2010	3	3,33			
	2011	3	5,33			
	2012	3	4,33			
	2013	3	3,33			
	2014	3	4,00			
Elektrik, Gaz ve Su	2008	4	2,50	16,179	6	.013*
	2009	4	1,25			
	2010	4	6,00			
	2011	4	6,00			
	2012	4	3,25			
	2013	4	4,50			
	2014	4	4,50			
İmalat Sanayi	2008	132	2,73	273,305	6	.000*
	2009	132	1,88			
	2010	132	4,46			
	2011	132	5,39			
	2012	132	4,48			

	2013	132	5,09			
	2014	132	3,96			
Madencilik	2008	2	4,00	5,786	6	.448
	2009	2	2,00			
	2010	2	6,00			
	2011	2	3,50			
	2012	2	3,00			
	2013	2	6,00			
	2014	2	3,50			
Mali Kuruluşlar	2008	46	2,70	114,410	6	.000*
	2009	46	1,67			
	2010	46	4,52			
	2011	46	5,54			
	2012	46	4,11			
	2013	46	5,35			
	2014	46	4,11			
Teknoloji	2008	12	1,83	49,357	6	.000*
	2009	12	1,50			
	2010	12	5,42			
	2011	12	5,75			
	2012	12	4,92			
	2013	12	5,33			
	2014	12	3,25			
Toptan, Perakende ticaret, otel ve lokantalar	2008	18	2,28	59,095	6	.000*
	2009	18	1,67			
	2010	18	4,78			
	2011	18	5,94			
	2012	18	4,61			
	2013	18	5,33			
	2014	18	3,39			
Ulaştırma, Haberleşme ve Depolama	2008	5	2,60	13,971	6	.030*
	2009	5	2,20			
	2010	5	5,60			
	2011	5	5,80			
	2012	5	5,00			
	2013	5	3,80			
	2014	5	3,00			

*p<.05 düzeyinde anlamlı

Tablo 10, Van depreminin yıllar bazında şirketlerin finansal performanslarında meydana getirdiği değişimi göstermektedir. Buna göre, “elektrik, gaz ve su”, “imalat sanayi”, “mali kuruluşlar”, “teknoloji”, “toptan, perakende ticaret, otel ve lokantalar” ile “ulaştırma, haberleşme ve depolama” sektörlerinde istatistiksel olarak yıllar itibarıyla anlamlı farklılıklar meydana

gelmiştir. Özellikle 2008'den 2009'a geçişlerde yüzde 15-50 arasında ekonomik düşüş görüldüğü gözlenmektedir. Bu düşüşte, 2008 yılında meydana gelen küresel krizin etkili olduğu aşikardır. İlk olarak 2007 yılında ABD'de mortgage krizi olarak başlayan ve kısa zamanda likidite ve güven krizine dönüşerek tüm dünyayı etkisi altına alan küresel kriz, Merkez Bankası verilerine göre ülke ekonomisini 2009 yılında yüzde 4,7 oranında küçültmüştür. Alınan ekonomi ve para politikaları netice göstermiş ve 2009 yılının ortalarından itibaren iç talebin öncülüğünde Türkiye ekonomisi toparlanma sürecine girmiştir (Arabacı, 2017) ki bu da Tablo 10'dan görülebilmektedir (2009 yılından 2010'a yükseliş trendi). Şirketler, finansal açıdan toparlanma gösterirken 2011 yılının Ekim ayında Van'da meydana gelen deprem 2012 yılında şirketlerin finansal performanslarında yine bir gerilemeye neden olmuştur. Türkiye ekonomisi bir yandan doğal afetlerle başa çıkmaya çalışırken diğer yandan yaşanan ekonomik krizler ile sürekli sarsılmaktadır. Depremin meydana getirdiği olumsuz etkiler, şirketlerin finansal performanslarında bir önceki yıla göre iyileşmeye doğru gittiğine işaret ederken, 2013 yılında Türkiye'de meydana gelen siyasi olaylar ve FED'in likiditeyi azaltacağı yönündeki açıklamaları 2014 yılında şirket finansal yapılarının yeniden bozulmasına yol açmıştır.

Sektörel bazda, deprem öncesi ve sonrası bakımından şirketlerin finansal performansları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık olup olmadığını test edebilmek üzere Wilcoxon İşaretili Sıralar testi uygulanmış ve iki farklı zaman dilimi arasında değişim meydana gelip gelmediği analiz edilmiştir. Yapılan analiz sonucu elde edilen bulgular Tablo 11'de özetlenmiştir.

Tablo 11: Van Depremi Öncesi ve Sonrası Sektörel Bazda Şirketlerin Finansal Performanslarına İlişkin Wilcoxon İşaretili Sıralar Testi Sonuçları

Sektörler	DÖ-DS	N	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	Z	P
Eğitim, sağlık, spor ve diğer sosyal hizmetler	Negatif Sıralar	1	2,00	2,00	.535**	.593
	Pozitif Sıralar	2	2,00	4,00		
	Fark olmayan	0				
Elektrik, Gaz ve Su	Negatif Sıralar	1	2,00	2,00	1,095**	.273
	Pozitif Sıralar	3	2,67	8,00		
	Fark olmayan	0				
İmalat Sanayi	Negatif Sıralar	32	51,00	1632,00	6,262**	.000*
	Pozitif Sıralar	100	71,46	7146,00		
	Fark olmayan	0				
Madencilik	Negatif Sıralar	1	1,00	1,00	.447**	.655
	Pozitif Sıralar	1	2,00	2,00		
	Fark olmayan	0				
Mali kuruluşlar	Negatif Sıralar	9	12,33	111,00	4,692**	.000*

	Pozitif Sıralar	37	26,22	970,00		
	Fark olmayan	0				
Teknoloji	Negatif Sıralar	2	4,50	9,00	2,353**	.019*
	Pozitif Sıralar	10	6,90	69,00		
	Fark olmayan	0				
Toptan, Perakende Ticaret, Otel ve lokantalar	Negatif Sıralar	2	4,00	8,00	3,375**	.001*
	Pozitif Sıralar	16	10,19	163,00		
	Fark olmayan	0				
Ulaştırma, haberleşme ve depolama	Negatif Sıralar	1	3,00	3,00	1,214**	.225
	Pozitif Sıralar	4	3,00	12,00		
	Fark olmayan	0				

* $p < .05$ düzeyinde anlamlı, ** Pozitif sıralar temeline dayalı

Tablo 11, ana sektörler bazında şirketlerin deprem öncesi finansal performansları ile deprem sonrası finansal performansları açısından istatistiksel olarak anlamlı farklılık olup olmadığını göstermektedir. Araştırma kapsamında yer alan imalat sanayi, mali kuruluşlar, teknoloji ve toptan, perakende ticaret, otel ve lokantalar sektörlerinde faaliyet gösteren şirketlerin deprem öncesi finansal durumları ile deprem sonrası finansal durumları istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir [(imalat sanayi; $z = -6,26$, $p < 0,05$; mali kuruluşlar, $z = -4,69$, $p < 0,05$; teknoloji, $z = -2,35$, $p < 0,05$; toptan, perakende ticaret, otel ve lokantalar; $z = -3,38$, $p < 0,05$]. İstatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunan tüm sektörler açısından fark puanlarının pozitif sıralar (deprem sonrası) lehine olması, depremin şirketlerin finansal performansları üzerinde deprem öncesine kıyasla anlamlı etkisinin olduğunu göstermektedir.

2011 Van depremine ilişkin araştırma kapsamında yer alan ve büyük çoğunluğun oluşturduğu imalat sanayi ana sektöründe yer alan şirketlerin bağlı olduğu alt sektörler açısından gerek yıllar itibarıyla gerekse deprem öncesi ile deprem sonrası arasında istatistiksel olarak finansal performanslarda anlamlı farklılık olup olmadığını ortaya koyabilmek amacıyla Friedman ile Wilcoxon İşaretli Sıralar testi yapılmış ve elde edilen bulgular Tablo 12 ve 13'te özetlenmiştir.

Tablo 12: Van Depreminin İmalat Sektörü Kapsamındaki Alt Sektörel Bazda Şirketlerin Finansal Durumlarında Yıllara Göre Friedman Testi Sonuçları

Sektörler	Yıllar	N	Sıralı Ort.	X ²	sd	Sig.
Diğer İmalat Sanayi	2008	2	1,50	8,357	6	.213
	2009	2	1,50			
	2010	2	4,50			
	2011	2	4,50			
	2012	2	6,00			
	2013	2	4,50			
	2014	2	5,50			
Dokuma, Giyim Eşyası ve Deri	2008	17	2,65	26,168	6	.000*
	2009	17	2,71			
	2010	17	4,59			
	2011	17	5,18			
	2012	17	3,82			
	2013	17	5,35			
	2014	17	3,71			
Gıda, İçki ve Tütün	2008	20	3,05	37,671	6	.000*
	2009	20	1,80			
	2010	20	4,05			
	2011	20	5,15			
	2012	20	4,95			
	2013	20	4,90			
	2014	20	4,10			
Kâğıt ve Kâğıt Ürünleri Basım Yayımları	2008	10	3,60	19,543	6	.003*
	2009	10	2,10			
	2010	10	5,40			
	2011	10	5,30			
	2012	10	4,00			
	2013	10	4,70			
	2014	10	2,90			
Kimya, Petrol, Kauçuk ve plastik ürünler	2008	20	2,15	57,257	6	.000*
	2009	20	1,65			
	2010	20	4,40			
	2011	20	5,30			
	2012	20	4,55			
	2013	20	5,40			
	2014	20	4,55			
Metal Ana Sanayi	2008	13	2,62	29,571	6	.000*
	2009	13	2,08			
	2010	13	3,92			
	2011	13	5,00			
	2012	13	5,31			
	2013	13	5,46			

	2014	13	3,62			
Metal Eşya, Makine ve Gereç Yapımı	2008	24	3,00	49,679	6	.000*
	2009	24	1,67			
	2010	24	4,21			
	2011	24	5,46			
	2012	24	4,38			
	2013	24	4,83			
	2014	24	4,46			
Taş ve toprağa dayalı sanayi	2008	25	2,60	74,537	6	.000*
	2009	25	1,64			
	2010	25	4,96			
	2011	25	6,04			
	2012	25	4,16			
	2013	25	5,04			
	2014	25	3,56			

*p<.05 düzeyinde anlamlı

Tablo 12’ye göre, imalat sanayi sektörü kapsamında yer alan alt sektörler detaylı analiz edildiğinde, “diğer imalat sanayi” alt sektörü haricindeki tüm imalat sanayi sektörlerindeki şirketlerin yıllar itibariyle finansal performanslarında istatistiksel olarak anlamlı farklılık gözlenmektedir. “Dokuma, giyim eşyası ve deri” alt sektörü dışındaki tüm imalat sektöründe 2008’den 2009 yılına geçişlerde şirketlerin finansal durumlarında aşağı yönlü bir ivme olduğu; 2009 yılından deprem yılına kadar yükselen bir trend eğiliminin içinde bulunduğu ve deprem ile tekrar aşağı yönlü bir sürece girildiği görülmektedir. Yıllar itibariyle alt sektörlerde meydana gelen yüzdelik değişimler incelendiğinde en fazla değişimin “kimya, petrol, kauçuk ve plastik ürünler” alt sektöründe olduğu (yüzde 25,44), bunu yüzde 24,66 ile “taş ve toprağa dayalı sanayi” alt sektörünün takip ettiği görülmüştür (Bkz. Tablo 13).

Tablo 13: İmalat Ana Sektörü Kapsamındaki Alt Sektörlerde Yıllar İtibariyle Meydana Gelen Yüzdelik Değişimler (%)

Alt Sektörler	2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2012-2013	2013-2014	Ort. Değişim
Dokuma, Giyim Eşyası ve Deri	2,26	69,37	12,85	-26,25	40,05	-30,65	11,27
Gıda, İçki ve Tütün	-40,98	125,00	27,16	-3,88	-1,01	-16,33	14,99
Kâğıt ve Kâğıt Ürünleri							
Basım Yayım	-41,67	157,14	-1,85	-24,53	17,50	-38,30	11,38
Kimya, Petrol, Kauçuk ve plastik ürünler	-23,26	166,67	20,45	-14,15	18,68	-15,74	25,44
Metal Ana Sanayi	-20,61	88,46	27,55	6,20	2,82	-33,70	11,79
Metal Eşya, Makine ve Gereç Yapımı	-44,33	152,10	29,69	-19,78	10,27	-7,66	20,05
Taş ve toprağa dayalı sanayi	-36,92	202,4	21,77	-31,13	21,15	-29,37	24,66

Van depreminin imalat sanayi ana sektöründeki alt sektörlerde faaliyet gösteren şirketlerin 2011 yılından önceki finansal performansları ile 2011 yılından sonraki finansal performansları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık olup olmadığını test etmek üzere Wilcoxon İşaretli Sıralar analizi uygulanmış ve elde edilen bulgular Tablo 14'te özetlenmiştir.

Tablo 14: Van Depremi Öncesi ve Sonrası Alt Sektörel Bazda Şirketlerin Finansal Performanslarına İlişkin Wilcoxon İşaretli Sıralar Testi Sonuçları

Ana Sektör	Alt Sektörler	DÖ-DS	N	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	Z	P
İmalat Sanayi	Dokuma, Giyim Eşyası ve Deri	Negatif Sıralar	5	7,00	35,00	1,965**	.049*
		Pozitif Sıralar	12	9,83	118,00		
		Fark olmayan	0				
	Gıda, İçki ve Tütün	Negatif Sıralar	6	5,67	34,00	2,651**	.008*
		Pozitif Sıralar	14	12,57	176,00		
		Fark olmayan	0				
	Kâğıt ve kâğıt ürünleri basım yayım	Negatif Sıralar	5	5,60	28,00	.051**	.959
		Pozitif Sıralar	5	5,40	27,00		
		Fark olmayan	0				

	Kimya, Petrol, kauçuk ve plastik ürünler	Negatif Sıralar	3	10,67	32,00	2,725**	.006*
		Pozitif Sıralar	17	10,47	178,00		
		Fark olmayan	0				
	Metal ana sanayi	Negatif Sıralar	2	4,00	8,00	2,621**	.009*
		Pozitif Sıralar	11	7,55	83,00		
		Fark olmayan	0				
	Metal eşya, makine ve gereç yapımı	Negatif Sıralar	6	12,17	73,00	2,200**	.028*
		Pozitif Sıralar	18	12,61	227,00		
		Fark olmayan	0				
	Taş ve toprağa dayalı sanayi	Negatif Sıralar	5	8,40	42,00	3,242**	.001*
		Pozitif Sıralar	20	14,15	283,00		
		Fark olmayan	0				
Teknoloji	Bilişim	Negatif Sıralar	2	4,50	9,00	2,134**	.033*
		Pozitif Sıralar	9	6,33	57,00		
		Fark olmayan	0				
Mali Kuruluşlar	Finansal Kiralama ve Faktoring	Negatif Sıralar	1	1,00	1,00	1,753**	.080
		Pozitif Sıralar	4	3,50	14,00		
		Fark olmayan	0				
	Gayrimenkul Yatırım Ortaklığı	Negatif Sıralar	3	2,00	6,00	2,401**	.016*
		Pozitif Sıralar	8	7,50	60,00		
		Fark olmayan	0				
	Holding ve yatırım şirketleri	Negatif Sıralar	1	7,00	7,00	3,010**	.003*
		Pozitif Sıralar	14	8,07	113,00		

		Fark olmayan	0				
	Sigorta Şirketleri	Negatif Sıralar	2	2,50	5,00	1,153**	.249
		Pozitif Sıralar	4	4,00	16,00		
		Fark olmayan	0				
	Yatırım Ortaklıkları	Negatif Sıralar	2	4,00	8,00	1,014**	.310
		Pozitif Sıralar	5	4,00	20,00		
		Fark olmayan	0				
Toptan, Perakende Ticaret, Otel ve Lokantalar	Lokanta ve Oteller	Negatif Sıralar	1	2,00	2,00	2,028**	.043*
		Pozitif Sıralar	6	4,33	26,00		
		Fark olmayan	0				
	Perakende Ticaret	Negatif Sıralar	0	,00	,00	2,366**	.018*
		Pozitif Sıralar	7	4,00	28,00		
		Fark olmayan	0				
	Toptan Ticaret	Negatif Sıralar	1	1,00	1,00	1,461**	.144
		Pozitif Sıralar	3	3,00	9,00		
		Fark olmayan	0				

* p<.05 düzeyinde anlamlı, ** Negatif sıralar temeline dayalı

Tablo 14, alt sektörler bazında şirketlerin finansal performanslarının deprem öncesi ve deprem sonrası açısından istatistiksel olarak anlamlı farklılık içerip içermediğini göstermektedir. Buna göre, araştırmanın büyük çoğunluğunu oluşturan imalat sanayi sektöründeki “kâğıt ve kâğıt ürünleri basım yayım” alt sektöründeki şirketlerin finansal performanslarının deprem öncesi ile deprem sonrasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermediği görülmektedir. Araştırmanın ikinci büyük çoğunluğunu oluşturan “mali kuruluşlar” ana sektöründeki alt sektörler incelendiğinde “gayrimenkul yatırım ortaklıkları” ile “holdingler ve yatırım şirketleri” kapsamındaki şirketlerin finansal performanslarının deprem öncesi ile deprem sonrasında farklılaştığı

gözlenmektedir. İstatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunan tüm alt sektörler açısından fark puanlarının pozitif sıralar (deprem sonrası) lehine olması, depremin şirketlerin finansal performansları üzerinde deprem öncesine kıyasla anlamlı etkisinin olduğunu göstermektedir. Deprem sonrası duyulan ihtiyaçlar düşünüldüğünde anlamlı farklılığa sahip şirketlerin finansal performanslarında deprem sonrasında artış meydana gelmesi beklenen bir sonuç olmaktadır.

Gölcük ve Van Depremine İlişkin Bulguların Karşılaştırılması

1999 yılının Ağustos ve Kasım aylarında Gölcük ve Düzce’de; 2011 yılının Ekim ayında ise Van’da meydana gelen depremlerin şirketlerin finansal durumlarında değişim meydana getirip getirmediğini, değişimin meydana geldiği sektörlerin ve alt sektörlerin hangileri olduğunu ve bu değişimin deprem öncesine kıyasla olumlu mu olumsuz mu olduğunu tespit edebilmek üzere analizler yapılmış ve elde edilen bulgular yukarıdaki başlıklarda açıklanmıştır. Bu bulgulardan hareketle her iki depremin sonucunda değişim meydana gelen sektör ve alt sektörler ile değişimin yönü konusunda karşılaştırma yapılmış ve Tablo 15’te özetlenmiştir.

Tablo 15: Gölcük ve Van Depreminin Şirket Finansal Performansları Üzerindeki Etkisine İlişkin Ortak Bulgular

	1999 Depremi	2011 Depremi
Sektörler Bazında Yıllar İtibariyle Anlamlı Farklılık	İmalat Sanayi	Elektrik, Gaz ve Su
	Mali Kuruluşlar	İmalat Sanayi
	Teknoloji	Mali Kuruluşlar
	Toptan, perakende ticaret, otel ve lokantalar	Teknoloji
	Ulaştırma ve haberleşme	Toptan, perakende ticaret, otel ve lokantalar
		Ulaştırma ve haberleşme
Sektörler Bazında DÖ/DS Anlamlı Farklılık	İmalat	İmalat
	Mali Kuruluşlar	Mali Kuruluşlar
	Toptan, perakende ticaret, otel ve lokantalar	Toptan, perakende ticaret, otel ve lokantalar
		Teknoloji
	Dokuma, Giyim eşyası ve deri	Dokuma, Giyim eşyası ve deri
Alt Sektörler Bazında Yıllar İtibariyle Anlamlı Farklılık	Gıda, içki ve tütün	Gıda, içki ve tütün
	Kâğıt, kâğıt ürünleri basım yayım	Kâğıt, kâğıt ürünleri basım yayım
	Kimya, petrol, kauçuk ve plastik ürünler	Kimya, petrol, kauçuk ve plastik ürünler
	Metal ana sanayi	Metal ana sanayi
	Metal eşya, makine ve gereç yapımı	Metal eşya, makine ve gereç

		yapımı Taş ve toprağa dayalı sanayi
	Taş ve toprağa dayalı sanayi Holdingler ve yatırım şirk.	Dokuma, Giyim eşyası ve deri
	Kâğıt, kâğıt ürünleri basım yayım	Gıda, içki ve tütün
	Kimya, petrol, kauçuk ve plastik ürünler	Kimya, petrol, kauçuk ve plastik ürünler
Alt Sektörler Bazında	Metal ana sanayi	Metal ana sanayi
DÖ/DS Anlamlı Farklılık	Metal eşya, makine ve gereç yapımı	Metal eşya, makine ve gereç yapımı
		Taş ve toprağa dayalı sanayi
		Bilişim
		GMYO
		Holdingler ve yatırım şirk.
		Lokanta ve Oteller
		Perakende Ticaret
DÖ/DS değişim	Deprem sonrası lehine anlamlı farklılık tespit edilmiştir.	Deprem sonrası lehine anlamlı farklılık tespit edilmiştir.

Tablo 15, her iki depremin sektörler ve alt sektörler bazında şirketlerin gerek yıllar itibariyle gerekse deprem sonrasında deprem öncesine kıyasla meydana getirdiği değişimi göstermektedir. Buna göre, her iki depremde “imalat”, “mali kuruluşlar”, “toptan, perakende ticaret, otel ve lokantalar” sektörlerindeki şirketlerin finansal yapıları deprem sonrasında deprem öncesine kıyasla yükseliş trendi göstermiştir. Alt sektörler bazında inceleme yapıldığında ise; “kimya, petrol, kauçuk ve plastik ürünler”, “metal ana sanayi” ile “metal eşya, makine ve gereç yapımı” alt sektörlerinin her iki depremde de etkilendiği görülmektedir.

Araştırmanın dördüncü ve beşinci yan araştırma soruları, her iki deprem açısından karşılaştırıldığında, genel olarak ana sektörler bağlamında her iki depremde sonra, depremi takip eden ikinci senede finansal performanslarda iyileşme olduğu fakat ülke içinde meydana gelen gerek ekonomik kriz gerekse siyasi olaylar nedeniyle şirketlerin finansal durumlarının yeniden sekteye uğradığı görülmüştür. Ancak deprem öncesi ile deprem sonrası finansal performansları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık görülen şirketlerin sektör ve alt sektörler bazında değerlendirildiğinde, finansal durumlarının deprem sonrasında daha yüksek ortalamaya sahip olduğu tespit edilmiştir.

SONUÇ VE TARTIŞMA

1900’lü yıllardan bu yana çeşitli zamanlarda ve çeşitli şiddetlerde meydana gelen depremlerin ülke ekonomisi üzerinde yarattığı toplam maliyet oldukça yüksek rakamlara ulaşırken, çalışma kapsamında yer alan 1999 Gölcük depreminin maliyeti, depremin ekonomik açıdan gelişmiş bir merkezde olması ve ülkenin önemli sanayi merkezlerine sahip bir bölgede meydana gelmiş olması nedeniyle büyük ekonomik zararlar meydana getirmiştir. Depremi takip eden ikinci yılda şirketlerin finansal yapılarında iyileşmeler görülürken meydana gelen 2001 ekonomik krizi tekrar şirketleri ekonomik açıdan zayıf hale getirmiştir.

1999 Gölcük depreminin ikinci senesinde imalat ve mali kuruluşlar sektörlerinde faaliyet gösteren şirketler finansal açıdan toparlanma sürecine girerken, diğer sektörlerde finansal performans düşüşünün devam ettiği gözlenmiştir. 1999 Gölcük depremi, depremi takip eden ilk yılda tüm sektör ve alt sektörlerdeki şirketlerin finansal yapılarında yaklaşık yüzde 40-50 oranında düşüş meydana getirmiştir. Depremin ikinci senesinde şirketler finansal açıdan toparlanma sürecine girmişler ve fakat meydana gelen ülke içi ekonomik kriz dolayısıyla tekrar bir düşüş yaşamışlardır. Genel olarak şirketlerin sektör ve alt sektör bazında finansal performanslarının deprem öncesi ile deprem sonrası karşılaştırması yapıldığında depreme rağmen, deprem sonrasında deprem öncesine kıyasla daha iyi finansal yapıya ulaştıkları görülmüştür.

Araştırma kapsamında ele alınan bir diğer büyük deprem olan 2011 Van depreminin maliyeti, Gölcük depreminin yarattığı ekonomik kaybın yaklaşık 1/10’luk kısmı kadardır (Şahin ve Kılınç, 2016). Van depremi sektörel bazda “elektrik, gaz ve su”, “imalat sanayi”, “mali kuruluşlar”, “teknoloji”, “toptan, perakende ticaret, otel ve lokantalar” ile “ulaştırma, haberleşme ve depolama” sektörlerindeki şirketlerin finansal performanslarında yıllar itibariyle istatistiksel olarak anlamlı farklılık meydana getirmiştir. Söz konusu sektörlerden “imalat sanayi”, “mali kuruluşlar”, “teknoloji” ve “toptan, perakende ticaret, otel ve lokantalar” sektörlerindeki şirketlerin finansal performanslarının deprem sonrasında deprem öncesine kıyasla yükseliş trendi gösterdiği tespit edilmiştir. Alt sektörler bazında özellikle imalat sanayi sektörü kapsamındaki “kimya, petrol, kauçuk ve plastik ürünler” alt sektöründeki şirketlerin finansal performanslarında yıllar itibariyle meydana gelen değişim diğer alt sektörlerle kıyasla daha yüksek olmuştur. Deprem sonrası finansal durumu deprem öncesine göre yükseliş gösteren şirketlerin faaliyet alanı açısından yükseliş trendine girmeleri beklenen bir sonuç olarak yorumlanabilir.

Gerek 1999 gerekse 2011 yılında meydana gelen depremler, ülke ekonomisinde ve şirketlerin finansal durumlarında olumsuzluklar meydana

getirirken her iki dönemde de ülke içinde yaşanan hem siyasi olaylar hem de ekonomik krizler şirketlerin finansal durumlarında görülen iyileşmeleri sekteye uğratmıştır. Bir diğer ifadeyle, ülke bir yandan deprem gibi bir doğal afetle başa çıkmaya çalışırken beraberinde gelen ekonomik krizler şirketlerin finansal güçlerinin zayıflamasına neden olmuştur. Elde edilen bulgular ışığında, 6 Şubat 2023 tarihinde Kahramanmaraş merkezli yaşanan ve çevre 10 ili kapsayan deprem sonrasında şirketlerin finansal yapılarının özellikle 2024 yılında önemli düzeyde düşüş göstereceği ve herhangi bir ekonomik kriz ile karşı karşıya kalınmaz ise 2025 yılı itibariyle toparlanma sürecine girileceği, söz konusu süreçte özellikle imalat sanayi ile mali kuruluşlar sektörlerinde faaliyet gösteren şirketlerin finansal açıdan deprem sonrasında deprem öncesine kıyasla daha güçlü olabileceği öngörülebilir.

Bu çalışma ile 1999 ve 2011 yıllarında Türkiye’de yaşanan iki büyük depremin meydana getirdiği değişimler sektörel ve alt sektörel bazda ele alınmış ve ayrıca depremin yarattığı olumsuz etkinin şirketler üzerinde ne kadar süre sonra azalmaya başladığı ortaya konulmaya çalışılmıştır. Yapılan çalışma BIST’te işlem gören tüm sektörlerdeki şirketleri kapsamış olup çalışmada şirketlerin deprem öncesi ve sonrası üçer yıllık finansal performanslarını gösteren Tobin’s Q oranları kullanılmıştır. Elde edilen bulgulardan hareketle ülkemizde büyük can ve mal kayıplarının meydana geldiği Kahramanmaraş depreminden sonra oluşabilecek ekonomik etkiler konusunda öngöründe bulunulmuştur. Bu çalışma, araştırmacılara, belli bir sektör seçerek depremin etkisinin incelenebileceği çalışmalar için, deprem öncesi ve sonrası daha uzun yılları kapsayacak çalışmalar için, aylık bazda verilerle yapılacak analizler için veya birden fazla finansal performans göstergesi kullanılarak karşılaştırmaların yapıldığı çalışmalar için referans teşkil edebilir.

Kaynakça

1. Danışoğlu, A. (2007). Para Krizleri: Türkiye’de Yaşanmış Krizlerin Değerlendirilmesi. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 2007 (2), 1-11.
2. Evci, G. (2023, 17-18 Nisan). 6 Şubat 2023 Depremlerinin Borsa İstanbul Endeksleri Üzerindeki Etkileri: Bir Olay Çalışması. 3. International Mediterranean Congress, Mersin, Türkiye.
3. Şen, S. (2023). Kahramanmaraş Depremlerinin Ekonomiye Etkisi, *Diplomasi ve Strateji Dergisi*, 4(1), 1-55.
4. Aydınbaş, G. (2023). Sosyoekonomik Boyutuyla Türkiye’de Depremler Üzerine Bir İnceleme: Kahramanmaraş Depremi Örneği. Sosyal Bilimlere Çok Yönlü Yaklaşımlar: Tarih, Turizm, Eğitim, Ekonomi, Siyaset ve İletişim, (Ed.: Karakuş, Girayalp, Yakut, Fatih ve Şimşek, Nil Didem), Gaziantep: Özgür Yayınları
5. Avdar, R. ve Avdar, R. (2022). Türkiye’de Yaşanan Doğa Kaynaklı Afetlerin Sosyo-Ekonomik Etkileri. *Afet ve Risk Dergisi*, 5(1), 1-12.
6. Hamurcu, Ç. (2022). Depremlerin Sigortacılık Sektörü Hisse Senetleri Üzerinde Etkisi Olabilir mi? 2020 Yılındaki İzmir Depremi Üzerine Bir Araştırma. *İzmir İktisat Dergisi*, 37(2), 428-442
7. Say, S. ve Doğan, M. (2023). Depremlerin Hisse Senedi Getirileri Üzerindeki Etkisi: 2023 Yılı Kahramanmaraş Depremi Örneği. *Social Sciences Research Journal*, 12 (1), 90-97.
8. Şahin, İ. ve Kılınç, T. (2016). Türkiye’de 1980-2014 Yılları Arasında Görülen Depremlerin Ekonomik Etkileri. *Siirt Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İktisadi Yenilik Dergisi*, 4(1), 33-42
9. Tetik, N., ve Albulut, İ. İ., (2023). 6 Şubat 2023’te Yaşanan Depremın Ekonomik ve Finansal Etkileri: İhracat Üzerinden Bir İnceleme. Kahramanmaraş Merkezli Depremler Sonrası için Akademik Öneriler (93-103), Gaziantep: ÖZGÜR.
10. Kanat E. ve Tetik N. (2023). Kahramanmaraş Merkezli Depremler Sonrası İçin Akademik Öneriler (s.113-121), Özgür Yayınları.
11. Yıldırım, H. ve Alola, A. (2020). Do Earthquakes Affect Stock Market Index?. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 15(10), 4768-4780. <https://doi.org/10.26466/opus.687318>
12. Gürsoy, S., Zeren, F., Kevser, M., Akyol, G. ve Tunçel, M. B. (2023). The Impact of 2023 Turkey Earthquake on İstanbul Stock Market: Evidence from Fourier Volatility Spillover Test. *Social Sciences Research Journal*, 12 (1), 98-105

13. Joseph, IL (2022). The Effect of Natural Disaster on economic growth: Evidence from a major earthquake in Haiti. *World Development*, 159(2002)
14. Guo, XL (2010, Nov 24-26). The Impact of the May 12 Wenchuan Earthquake on China's Stock Market-As An Example to the Chenyu Price Index of China. *International Conference on Management Science and Engineering-Annual Conference Proceedings*, 2010: Melbourne, Australia, 1365-1372
15. Fabeil, N. F., Marzuki, K.M., Razli, I.A., Majid, R.A. ve Pawan, M.T. (2019). The Impact of Earthquake on Small Business Performance: Evidence From Small Accommodation Services in Ranau, Sabah. *International Academic Journal of Business Management*, 6(1), 301-313.
16. Best, R. ve Burke, PJ (2019). Macroeconomic Impacts of the 2010 Earthquake in Haiti. *Empirical Economics*, 56(5), 1647-1681. DOI: 10.1007/s00181-017-1405-4
17. Motonishi, T. (2017). The Effects of the Great East Japan Earthquake on Investors' Risk and Time Preferences. *Economics Bulletin*, 37(3), 1830-1843.
18. Seko, M. (2019). Valuation of Earthquake Risk in Housing Markets. Part of the Advances in Japanese Business and Economics book series (AJBE, volume 19): 177-192
19. Porcelli, F. Ve Trezzi, R. (2019). The impact of earthquakes on economic activity: evidence from Italy. *Empir Econ* 56, 1167-1206. <https://doi.org/10.1007/s00181-017-1384-5>
20. Şenol, Z. ve Ulutaş, A. (2018). Muhasebe Temelli Performans Ölçümleri ile Piyasa Temelli Performans Ölçümlerinin CRITIC ve ARAS Yöntemleriyle Değerlendirilmesi. *Finans Politik ve Ekonomik Yorumlar*, (641), 983-1002. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/fpeyd/issue/47981/607038>
21. Turan, Z. (2005). Türkiye Ekonomisinde Kasım 2000 - Şubat 2001 Krizleri. *TÜHİS-İş Hukuku ve İktisat Dergisi*, 19(5), 1-18
22. Taştemel, G. (2022). 2000-2001-2008 Krizleri İle Pandemi Sürecindeki Ekonomik Verilerin Karşılaştırılması. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 17(2), 27-45.
23. Arabacı, H. (2017). Küresel Kriz Sonrası Türkiye'de Uygulanan Ekonomi Politikaları. *Social Sciences Research Journal*, 6(4), 1-10.
24. Kalaycı, Ş. (Ed.) (2014). SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri. 6. Baskı, Ankara: Asil Yayın Dağıtım

54. Bölüm

Ailevi ve Dini Değerlerin Enformel Kontrolü Sağlama ve Suç Önlemeye Etkisi ¹

Fatma Tekgül ²

Muhammet Fırat ³

1 Bu çalışmada “Suç Önlemede Toplumsal Değerlerin Önemi Üzerine Kuramsal Bir Çalışma” başlıklı yüksek lisans tezinden yararlanılmıştır.

2 Yüksek Lisans Öğrencisi, Fırat Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü,
Orcid Id: 0000-0003-2707-4205, ftmtkglyn@ gmail.com

3 Doç. Dr, Fırat Üniversitesi, İnsani ve Sosyal Bilimler Fakültesi, Sosyoloji Bölümü,
Orcid Id: 0000-0002-2447-1427, muhammetfirat@firat.edu.tr

Özet

Suç bütün toplumlarda bulunan sosyal bir olgudur. Ancak toplumda yaşanan bazı gelişme ve değişimlere bağlı olarak suçun çeşitliliği ve oranı artmaktadır. Toplumda suçluluğun artması ile birlikte bir güvensizlik ortamı meydana gelmekte ve bu durum insanların birbirleri ile olan ilişkilerine, toplumsal uyumuna etki etmektedir. Genel olarak insanın neden suç işlediğine odaklanan teorilerin aksine kontrol teorileri insanların suç işlememe dinamiklerine odaklanmaktadır. Buna ilişkin olarak bireyin içinde yaşadığı toplumda ortak norm ve değerler üzerinden oluşturacağı bağlar bireyin davranışlarını kontrol altına almaktadır. Bu kontrol bireysel ve sosyal kontrol olmak üzere iki boyutlu olarak birey ve toplum üzerinde denetimi sağlamaktadır. Toplumsal uyumun ve düzenin sağlanması amacıyla geliştirilen sosyal kontrol resmi ve gayri resmi mekanizmalar aracılığıyla gerçekleşir. Resmi düzeyde kanunlar ve çeşitli cezai yaptırımlarla sağlanan kontrol, enformel olarak aile, din, okul, arkadaşlık ve komşuluk gibi kurumsal değerler ve ilişkiler üzerinden sağlanmaktadır. Toplumsal yapıda meydana gelen bazı değişimler nedeniyle ortak değer ve normların etkisizleşmesi, enformel kontrolün zayıflaması ve toplumsal bütünlüğün bozulması ile toplumda suç oranları da artış göstermektedir. Etkili bir suç önleme stratejisi için formel kontrol kadar enformel kontrol de gereklidir. Aile ve din kurumları üzerinden gelişen değerlerin toplumun sosyal sermayesini arttırarak suçların kontrol altına alınmasına katkıda bulunmaktadır. Bu çalışmada bu değerlerin enformel kontrol aracılığıyla suçun önlenmesine ilişkin etkisi irdelenecektir.

Anahtar Kelimeler: Suç Önleme, Toplumsal Kontrol, Değerler, Aile, Din,

Potential for Informal Control of Family and Religious Values and Preventing Crime

Abstract

Crime is a social phenomenon found in all societies. However, depending on some developments and changes in the society, the variety and rate of crime increases. With the increase in delinquency in society, an environment of insecurity occurs and this affects people's relations with each other and their social harmony. Contrary to theories that generally focus on why people commit crimes, control theories focus on the dynamics of people not committing crimes. In this regard, the bonds that an individual will form over common norms and values in the society she lives in control the behavior of the individual. This control provides control over the individual and society in two dimensions, individual and social control. Social control, developed for the purpose of

ensuring social harmony and order, takes place through formal and informal mechanisms. Control provided by laws and various criminal sanctions at the official level is provided informally through institutional values and relations such as family, religion, school, friendship and neighborliness. Due to some changes in the social structure, the ineffectiveness of common values and norms, the weakening of informal control and the deterioration of social integrity increase the crime rates in the society. Informal control is as necessary as formal control for an effective crime prevention strategy. The values developed through family and religious institutions increase the social capital of the society and contribute to the control of crimes. In this study, the effect of these values on the prevention of crime through informal control will be examined.

Keywords: Crime Prevention, Social Control, Values, Family, Religion

Giriş

Toplumsal yaşam, düzen ve uyumun gerekliliğine bağlı olarak varlığını sürdürmektedir. Bir toplumda yaşayan bireylerin ortak norm ve değerlere uyumlu davranışlar sergilemeleri toplumsal düzenin varlığı ve devamlılığı için önemlidir. Bütün toplumlarda bireyin davranışlarına yön veren kurallar ve normlar vardır. Ayrıca bu kurallara ve normlara aykırı davranmayı önleyecek resmi ve gayri resmi kontrol mekanizmaları da bulunmaktadır. Suç, düzene aykırı bir davranış olarak bütün toplumlarda var olan evrensel bir olgudur. Ancak toplumda meydana gelen sosyal, kültürel, ekonomik ve teknolojik faktörlere dayalı olarak gelişen bazı durumlarda toplumsal kontrol zayıflamakta veya etkisizleşmektedir. Bu durum suç oranlarının artmasına ve toplumda güvensizlik ortamının oluşmasına neden olmaktadır.

Bireylerin toplumsal düzene uyumlu davranışlarda bulunmasına etki eden en önemli faktör, sosyal kurumlara ve değerlere olan bağlılık düzeyidir. Bu kapsamda bireylerin formel ve enformel değerlere ve normlara olan bağımlılığı sürdükçe, suç ve sapma davranışlarından uzak kalabilmektedir. Bireylerin bu kontrol mekanizmalarına olan bağımlılığı azaldıkça suça yönelimler de artmaktadır (Kızmaz, 2021:797). Değerler, toplumdaki bireylerin dini, ahlaki, estetik ve diğer davranışlarını belirlemenin yanında insanların eylemleri ile de şekillenmektedir. İnsanların bir şeye değer atfetmesi ile o şey toplumda değerli olarak tanımlanmaktadır. Toplumsal bağlamda değerler, birey ve toplumun karşılıklı olarak birbirlerini üretme sürecinden etkilenmektedir. Örneğin dinin toplumsal hayatın merkezinde olduğu toplumlarda din, değerlerin kaynağı olacaktır. Dinin toplumsal yaşamdaki konumunun değişmesi ile değerler ve bu değerlere ilişkin yaşama pratikleri de değişecektir (Topçuoğlu, 2010: 18). Değerler, toplumsal ilişkilerde bireylere davranışları konusunda hazır reçeteler,

modeller sunar. Bireyleri bu davranışlara uygun şekilde hareket etmeye teşvik ederek toplumda sosyal bütünleşmeyi sağlar. Değerler aracılığıyla toplumda ortak norm ve davranışların oluşturulması sağlanarak sosyal kontrol mekanizmalarına işlevsellik kazandırılır (Yaka, 2015:253-254).

Sosyal kontrolün amacı; belli mekanizmalar aracılığıyla suçları önlemek için bireye güçlü bir öz kontrol kazandırmak, daha sonra bireylerin önce ailede olmak üzere toplumla güçlü bağları ve sıkı ilişkilerinin olmasını sağlamak ve yine aileden başlayarak topluma şiddetten ve baskıdan uzak bir kültürün yayılmasını sağlamaktır (Dolu, 2010: 292). Suç önleme birçok stratejiyi içinde barındıran bütünsel bir çabadır. Formel veya enformel mekanizmalar tarafından uygulanan her türlü strateji, suçlar meydana gelmeden önce önlemeyi hedeflemektedir. Ceza adalet sistemine dayalı olan formel önleme daha çok kanunlar ve cezai yaptırımlar üzerinden suça karşı bir caydırıcılık oluşturmaya çalışmaktadır. Enformel önleme ise toplumsal dinamikler üzerinden suçluluğun elimine edilmesine odaklanmaktadır. Buna ilişkin olarak toplumda dayanışmayı ve bütünleşmeyi sağlayan değerler üzerinden geliştirilen ilişkiler ve pratikler bu kontrolün odak noktasının oluşturmaktadır. Modernleşmenin etkisi ile geleneksel değerlerden rasyonel değerlere geçişin yaşandığı günümüz dünyasında, suç ve sapma olguları üzerinden bu değişimin etkilerine açıkça rastlanmaktadır. Bu çalışmada genel olarak toplumsal yapıda bireyin düşünce ve davranışlarına etki eden aile ve din başta olmak üzere belli kurumlar vasıtası ile gelişen değerlerin, suçluluğu açıklama ve önleme potansiyeline değinilmiştir.

1.Suç

Suç, insanlığın en kadim mevzularından biridir. Bu anlamda insanlık var olduğu sürece suçun varlığının da devam etmesi muhtemeldir. Dünya her daim bir değişim ve dönüşüm halindedir. Bu dinamizm, dünyanın fiziksel yapısını etkilemekle beraber insan yaşamını da etkilemektedir. Bununla birlikte toplumsal yapı da değişmekte ve toplumsal alanda yaşanan bu değişimler suçun nicelik ve nitelik olarak mahiyetini etkilemektedir. Suç kavramına net bir tanımlama yapmak kolay olmamaktadır. Çünkü suç, her toplumun kendi sosyokültürel gerçekliğiyle açıkladığı bir olgudur. Bu izafiliğinden ötürü suç olgusunun net bir kavramsal tanımını yapmak ve buna neden olan faktörleri bütün toplumlar için genel geçer varsayımlarla açıklamak mümkün olmamaktadır.

Bireysel hayatın dışına taşıp kamusal alana giren ve siyasi bir otorite tarafından konulan yasalara karşı olan her türlü eylem suç olarak nitelenmektedir (Marshall, 1999: 702, Giddens, 2000: 620). Bruhl 'e göre ise bir davranışa ait olan özellikler o davranışı suçlu davranış yapmaz. Toplumun o davranışı suç sayması ile bu mümkün hale gelir. Yani suç toplum içerisinde şekil almaktadır

(Vargün ve Tekin, 2012: 105). Suç, olgu olarak evrensel bir vafsa sahip olup insanlığın varlığından itibaren bütün toplum tiplerinde var olmuştur. Lakin suç olgusunun diğer bir niteliği de göreceli oluşudur. Suç olduğu düşünülen eylemler zaman ve mekâna göre değişmektedir (Dönmezer, 1994: 49). Belirli bir tarihsel süreçte suç olarak değerlendirilen bir eylem farklı bir zaman ve mekânda suç teşkil etmeyebilir veya suça yönelik toplumsal tepkiler değişebilir. Suç ve cezaların sosyokültürel bir bağlama sahip olması ve sosyokültürel olanın akışkan, biricik ve karmaşık olmasından (Mercan, 2019a: 806) dolayı suçun tanımlanması ve önlenmesi noktasında sosyokültürel yapıyı meydana getiren unsurların rolü büyüktür.

Buna ilişkin olarak “evrensel suç” olarak tanımlanacak belli davranışlar saymak mümkün değildir. Suç, öncelikle toplum içerisinde meydana gelen sosyal bir olaydır ve suçlu davranış daha çok meydana geldiği sosyal durumla birlikte tanımlanmaktadır (Nirun, 1968: 131, İçli, 2004: 5). Genel olarak suçlu davranışın; sosyal, siyasal, hukuki, manevi ve ahlaki hayatın diğer olaylarıyla bağlantısız bir şekilde ortaya çıkması veya yok olması mümkün olmadığından (Rahimov, 2014: 40) dolayı toplumların kendi içindeki dinamikleri referans alınarak bir suç haritası oluşturulmalıdır. Toplumsal yapıda meydana gelen göç, kentleşme, yoksulluk ve kültürel heterojenlik gibi faktörler suçun tür ve yoğunluğunu etkilemektedir (Güllü, 2014: 106). Özellikle göç, toplumların değerlerini etkileyen ve hızlı kentleşme sürecine de vurguda bulunan bir unsurdur (Beyaz, 2020; 2022: 58).

Literatürde suçun nedenlerine yönelik açıklama yapan başlıca görüşler; doğaüstü güçler, klasik okul ve pozitivist yaklaşımlardır. Doğaüstü güçler yaklaşımı 18. yüzyıldan öncesinde hâkim olan paradigmanın yansıması olan bir görüştür. Aydınlanma ile beraber bu görüşün yerini Klasik ve Pozitivist görüşler almıştır. Pozitivizmin, kriminoloji üzerinde çok derin bir etkisi bulunmaktadır. Biyolojik görüşle başlayan ve psikolojik yaklaşımla devam bu bakış açısı ilk başta suça kaynaklık eden sebepleri birey odaklı incelemiştir. Daha sonra bireyin içinde bulunduğu fiziki ve sosyal çevreyi de içine alan bir nedensellik bağı kurulmuştur (Dolu, 2010: 51). Suçun nedenlerine ve önlenmesine ilişkin birçok sosyolojik yaklaşımın referans noktasını değerler oluşturmaktadır. Durkheim’in anomi teorisi, Merton’ un gerilim teorisi, Şikago okulunun sosyal düzensizlik teorisi genel olarak toplumda bütünleşmeyi ve dayanışmayı sağlayan değerlerin işlevsiz hale gelmesinden ya da çatışmasından kaynaklanan düzensizlik ve kurnalsızlık halinin suç olgusunun artmasının önemli nedenleri arasında görmektedirler. Kontrol teorileri ise farklı bir perspektiften bakmasına rağmen yine referans noktasını değerler oluşturmaktadır. Bu yaklaşım, değerlerin

varlığının suçların işlenmesinin önündeki en önemli etken olduğunu savunmaktadır.

Geleneksel kriminolojik yaklaşımlardan farklı olarak kontrol teorileri “insanlar neden suç işlemez” sorusuna cevap aramaktadır. Kontrol teorilerine göre insanlar doğuştan suç işlemeye meyillidir. Fırsatını bulduğunda suç işlemeye yönelen bireyi engelleyen iç ve dış mekanizmalar vardır. Bu kontrol mekanizmalarının etkisiz kaldığı durumlarda bireyin suç işleme olasılığı artmaktadır. Bu teorilerin temel düşüncesi, suçla mücadelede bireyin öz kontrol ve dış kontrol mekanizmalarını etkinleştirmektir (Dolu, 2010: 263). Kontrol teorileri, suçla mücadele etmeye ilişkin olarak suçlu davranışı anlamaktan çok, suç işlemeyen normal bireylerin davranışlarına odaklanarak stratejiler geliştirmeyi önermektedir. Bu bağlamda bireyin davranışlarında etkili olan iç ve dış kontrol mekanizmalarının etkisini kaybetmesi ile bireyin suç işleme potansiyelinin artacağını düşünmektedir (Akgül ve İrmak, 2016: 104).

Genel olarak kişisel ve sosyal olmak üzere iki tür sosyal kontrol sistemi bulunmaktadır. Kişisel kontrol daha çok psikolojik faktörler olan benlik kavramı ve özsaygı mefhumu tarafından sağlanmaktadır. Sosyal kontrol ise aile, okul ve dini pratikler gibi temel toplumsal kurumlara olan bağlılık üzerinden sağlanmaktadır (Azimli, 2022:21). Sosyal kontrol teorisine göre suçun önlenmesindeki en etkili unsur, bireyin toplumsal değer ve kurallara olan bağlılığıdır. Bireyin bu bağlılık düzeyine göre suç işleme olasılığı artar veya azalır. İşlevselci bakış açısından etkilenen bu yaklaşıma göre ‘uyum’ kavramı merkezi konumdadır. Bu yaklaşım suç olgusunu, sosyal ve kurumsal uyum üzerinden analiz etmektedir. Bu teoriye göre bireyin toplumsal değerler, kurallar ve kurumlara olan bağlılık düzeyi ve bu nedenle oluşan toplumsal denetimin suç olgusuyla yakın bir ilişkisi bulunmaktadır. Sosyal denetimin etkili veya etkisiz olmasının suç davranışının gelişmesinde önemli bir etkisi vardır (Kızmaz, 2005b: 165).

W. Reckless’ in kısıtlayıcı teorisi, bireylerin suça meyletmesine neden olan baskılara karşı koymasında ona destek sağlayan sosyal kontrol mekanizmalarına odaklanmaktadır. Bu teori, bireyin suç işlemesine neden olan veya onu suçtan alıkoyan kişisel özellikler olduğu kadar aynı işlevselliğe sahip sosyal güçlerin de olduğunu dikkate almaktadır (Korkmaz ve Kocadaş, 2006:176). Reckless, bireyin suç işlemesine neden olan temel iki temel güç bulunduğunu savunmaktadır. Bunlar; bireyin suç işlemesini teşvik eden çekiciler ve bireyi suç işlemeye sevk eden dış faktörler / iticilerdir. Buna bağlı olarak bireyi suç işlemekten alıkoyacak mekanizmalarda, güçlü bir iç sınırlayıcı ve bireyin uyumlu davranışlarını güçlendirecek dış sınırlayıcılar olarak karşımıza çıkmaktadır. İç sınırlama, bireyin öz kontrolünün kendisini suçtan alıkoymasıdır. Güçlü bir benlik,

normlara sadık kalmak, hayal kırıklıklarına karşı dirençli olmak ve hedef odaklı bir yaşam tarzı iç sınırlamanın temel bileşenleridir. Dış sınırlama ise bireyin yakın çevresinden başlayan ve genişleyen sosyal çevresinin onu suç işlemekten alıkoyması olarak ifade edilmektedir. Dış sınırlama, suç önlemede ilk mekanizmadır. Ancak Reckless'a göre iç sınırlayıcıların koruyuculuğu daha yüksektir. Benzer durumlarda bazı bireylerin suç işlerken bazılarının işlememesini Reckless' ın iç sınırlayıcılar yaklaşımı açıklayabilmektedir (Dolu, 2010: 265-267).

Sosyal kontrol teorisyenlerinden Hirschi, sosyal bağlar kuramıyla insanların neden beklenen davranış kurallarına göre hareket ettiğini analiz etmiştir. Çalışmalarının sonucuna göre bağlılığın etkili bir suç önleyicisi olduğunu savunmuştur (Korkmaz ve Kocadaş, 2006: 178). Hirschi'nin 'sosyal bağ' yaklaşımı en geniş kapsamlı kontrol teorilerindendir. Hirschi' ye göre, sosyal bağın dört ana bileşeni bulunmaktadır. Bunlar; ilişkilene, katılım inanç ve bağlılıktır. Birbiri ile bağlantılı olan bu dört bileşenin, kurallara uyma davranışında belirleyici rolü vardır. İlişkilene, ergenlik çağındaki bireyin öteki (ebeveyn, arkadaş, okul vb.) ile kurduğu ilişkiyi ifade etmektedir. Ötekiyle kurulan zayıf ilişki, ergenlerin kayıtsızlık temelinde yükselen bir sapkınlık halinde olmasına sebep olur. Katılım, ergenlerin toplum tarafından genel kabul gören çalışmalarda bulunmasını ifade etmektedir. İnanç, toplumun normlarına olan saygıyı içermektedir. Bağlılıkta ise, sapkın eylemlerde bulunmanın sonucunda meydana gelen olumsuz hal ile kurallara uyulduğunda elde edilen kazancın karşılaştırılmasını ifade etmektedir. Hirschi' ye göre vicdan, bu dört temel üzerinden gelişen sosyal bağ neticesinde oluşan ortak dokudur (Mercan, 2017: 146). Kontrol teorileri bireyin suç işlememesini sağlıklı bir şekilde işleyen kontrol mekanizmalarına bağlamaktadır.

2.Enformel Kontrol ve Suç Önleme

Bütün toplumlarda ve gruplarda, toplumsal uyumu sağlamak için resmi olarak tasarlanmış belirli ölçüler kurumsallaştırılır. Resmi kontrol siyasi bir otorite tarafından kurulan kamu anlaşmaları, düzenlemeler ve kanunlardır. Dikkatli bir şekilde planlanmış olmaları, açıkça ve resmen ilan edilmeleri ve kanun koyucuların otoritesini kabul eden herkes için zorunlu olmaları nedeniyle resmi kontrol olarak adlandırılmaktadır. Gayri resmi sosyal kontrol de resmi kontrol kadar etkilidir. Bu tip kontrol, herkesin bildiği davranışları uygulamaya ve toplumdan tarafından kabul görmeyen örüntüleri yasaklamak için kullanılmaktadır (Fichter, 2001: 179). Enformel kontrol, bireylerin yaşadığı toplumda az ya da çok farkında oldukları norm, değer, örf, adet, gelenek, görenek, duygu ve düşüncelere güvenmeleri temeline dayanmaktadır. Günlük yaşamın

düzeni içinde etkili olan enformel kontrol, toplumsal ilişkilerin düzenli akışını engelleyen unsurlara karşı koymaktadır (İçli ve Burcu, 1993: 45).

Devlet halinde organize olmuş bütün toplumlarda meydana gelen suçun sürekli tekrar etmesi durumunda ‘önlemek tedavi etmekten iyidir’ sözü muteberdir. Çünkü suç, yaşamda, sağlıkta ve malda geri getirilmesi zor olan tahribatlara yol açmaktadır. Bu durumların ıslah edilmesi de ayrıca bir zarar oluşturmaktadır (Demirbaş, 2019: 62). Beccaria, suçları önlemenin cezalandırmaktan iyi olduğunu belirtir. Yazılı hukukun esas amacı da budur. İyi bir yazılı hukuk, yaşamla alakalı iyi ve kötü olanın muhasebesini iyi yapmalı ve insan hayatını buna göre yönetmelidir (Beccaria, 2016: 201). Suç önleme, resmi olarak suç kategorisinde tanımlanmış eylemlerin, devletin resmi organları veya toplumsal unsurlar tarafından alınan bazı önlemlerle meydana gelmesinin önüne geçilmesidir. Suç olarak tanımlanan davranış meydana gelmeden önce yapılacak her türlü müdahale (sosyal programlar, stratejiler, kanuni müdahaleler gibi) suç önlemeye yönelik girişimlerdir (Kızmaz, 2020: 14-15).

Suçun önlenmesi ile alakalı olarak birçok yaklaşım tarafından farklı stratejiler üretilmiştir. Bu durum aslında suçun nedenselliği ile bağlantılıdır. Suçun meydana gelmesi hangi sebebe dayandırılıyorsa önlenmesine de o neden üzerinden geliştirilen teorilerle çözüm sağlanmaktadır. Gilling, eşit derecedeki bu çeşitliliğin kaynağını şöyle açıklar: suç ve suçluluğun tahmini kriminolojinin alanıdır. Kriminoloji başta sosyoloji, psikoloji, siyaset ve ekonomi olmak üzere birçok sahadan veriler içeren multidisipliner bir alandır. Çeşitli bir dizi nedensellik ve tahmin teorileri, bu bilimsel eritme potasından doğar. Bu teorilerden bazıları belirli suç türlerine, bazıları belirli suç kategorilerine odaklanırken, bazıları da sadece genel olarak suçlulukla ilgilenmektedir. Bu tür teorik çeşitlilikler eşit derecede çeşitli önleyici öngörüler doğurmaktadır (1997: 2). Suç önleme çok boyutlu bir çalışma sahasına yayılmış olup birçok kurumun birlikte çalışmasını gerektirmektedir. Suçun önlenmesi ve kontrol altına alınması için yerel toplulukların, eğitsel ve sosyal kuruluşların, ebeveynlerin, polis birimlerinin ve ceza adalet sisteminin birlikte koordineli bir şekilde çalışması gerekmektedir (Kızmaz, 2020:361)

Braithwaite toplumların, aile, kabile, ve cemaat düzeyinde, suç ve sapkınlığı önlemeye karşı enformel bir sınır geliştirdiğini belirtir. Formel suç önleme mekanizmalarından ayrı olarak toplum içinde gelişen bu kontrol biçimi toplumlara sorunları kendi içinde çözümleyebilecek bir güç vermektedir. Toplumların değer ve inisiyatifinin içinde olmadığı formel yaptırımlar, bireyin yabancılaşmasına ve kriminalize edilmesine yol açmaktadır (Mercan, 2019b: 110). Bireylerin sosyal kurumlara ve değerlere olan bağlılık düzeyi onların uyumlu davranışta bulunmalarına büyük oranda etki etmektedir. Bu kapsamda

bireylerin formel ve enformel değerlere ve normlara olan bağımlılığı sürdükçe, suç ve sapma davranışlarından uzak kalabilmektedir. Bireylerin bu kontrol mekanizmalarına olan bağımlılığı azaldıkça, suça yönelimler de artmaktadır (Kızmaz,2021:797). Toplumların normlar oluşturmak, toplumsal bozulmayı durdurmak ve cezalandırmak için formel ve enformel yöntemleri bulunmaktadır. Aslında en doğru suç kontrolü, baskıcı ve büyük bir polis kuvvetinin varlığı değildir. Bu hususta, bireyleri kurallara uyma konusunda eğiten ve toplumsal normları ihlal edenlere yönelik gayri resmi bir toplumsal kontrol ile yeniden topluma kazandırmaya çalışan bir toplum modeli oluşturmaya çabalamak daha etkili olacaktır (Fukuyama, 2015:48).

3.Toplumsal Değerlerin Suç Önleme Potansiyeli

3.1. Değer

Değerler, insanların etik veya uygun davranışlar konusunda bir şeyin doğru, yanlış ve istendik olup olmadığı konusundaki fikirlerine işaret eder Değerleri, bireylerin tavır ve eylemleri açısından arzu edilen bir standart olarak tanımlayabiliriz ((Marshall, 1999: 133, Dönmezer, 1999: 149). Fichter ise kapalı ya da açık olması fark etmeksizin bir davranış örüntüsünün iyi analiz edebilmesi için öncelikle toplumda geçerli olan değerlerin anlaşılması gerektiğini savunur (2001: 145).

Bir toplumda bireysel veya grupsal davranışın istenilen yönde geliştirilmesi iki yolla mümkün olabilmektedir. Bunlar: toplum üzerinde güç kullanmak veya toplumdaki bireyler tarafından bağlayıcı edim kuralları olarak kabul görmüş değer ve normlar aracılığıyla sosyal kontrolü sağlamaktır. İkinci tür olan toplumsal kontrol vasıtası ile sağlanan düzenlemelerde değerlere ve normlara başvurarak toplumdaki olumsuz olan durumlar giderilmeye çalışılır. Bu toplumsal dayanışmanın gelişmesini de sağlayan bir yöntemdir (Bottomore, 2000: 241). Bireyin davranışlarına etki eden önemli faktörlerden biri de değerlerdir. Değerler, soyut bir mana içermekle birlikte üzerinde anlam birliğine varılmış bir tanıımı yoktur. Ancak değerlerin; fikirlerin ve normların oluşmasında, davranışların meydana gelmesinde ve tutumların belirlenmesinde önemli bir etkisinin ve önceliğinin olduğu herkes tarafından kabul görmektedir. Değerlerin, gündelik hayattaki bütün insan ilişkilerinde etkisi olduğu görülmektedir. Olumlu ya da olumsuz neredeyse bütün davranışların temelinde bir değer hükmü yer almaktadır (Ersoy, 2018: 356).

Geleneksel toplumlardan modern toplumlara geçişin ifade edildiği modernleşme tanımlarında öne çıkan konu, toplumsal yapı içerisindeki bazı değerlerin değişmesidir. Kağıtçıbaşı' na göre bu değişim sürecinde bilhassa değer

yargılarının nitelendirilmesinde bir değişme olmuş; ayıp, günah ve suç kavramları ortadan kalkmış ancak bunların yerine geçerli ve faydalı yeni kavramlar getirilememiştir (Ersoy, 2012: 204). Giddens' a göre, modernlik sonrası oluşan bu yeni yaşam tarzları bizi bütün geleneksel toplumsal düzen türlerinden ayırmaktadır. Modernliğin getirdiği dönüşümler yaygınlık ve yoğunluk dereceleri bakımından önceki değişim biçimlerinin büyük çoğunluğundan daha da etkilidir. Bu dönüşümlerin yaygınlık seviyesine bakıldığında küresel düzeyde bir ağ oluşturduğu ve günlük hayatın kişisel ve en özel alanlarını değiştirme aşamasına gelecek kadar yoğunlaştığı görülmektedir (Giddens, 1994: 12). Fukuyama 'nın 'Büyük Çöküş' olarak nitelendirdiği bu durum; güven düzeyinin düşmesi, toplumsal düzensizlik, sosyal bütünleşmeye kaynaklık eden aile ve akrabalık bağlarının değer kaybetmesi ve suç olaylarının artması (2015: 89), olarak sıraladığı olumsuzlukların esas nedeni toplumsal yapıyı temelden etkileyen değer değişimleridir.

Yüksek suç oranları toplumsal sermaye eksiliğini ifade etmektedir. Bununla alakalı olarak yüksek suç oranları, bir toplumda normlara uyan bireylerin birbirlerine karşı güvensizleşmelerine ve birbirleri ile farklı düzeylerde işbirliği yapma olanaklarının azalmasına neden olmaktadır. Suç oranlarının artması toplumdaki güven duygusunun azalmasının en önemli nedenlerinden biridir (Fukuyama,2015:164-165). Toplumda yaşanan bu olumsuz durumlar nedeniyle toplumsal yapıda çözümler meydana gelmekte ve insanların yaşadıkları topluma karşı aidiyet duyguları azalmaktadır. Topluma karşı kendini sorumlu hisseden birey tipinden, kendini toplumdan yalıtarak yalnızlaşan bireylerin sayısı çoğalmaktadır (Aydemir ve Tecim, 2012: 45-46).

Bireylerin, kontrol mekanizmalarına (özellikle de resmi olmayan kontrol mekanizmalarına) olan bağımlılıkları, sahip oldukları değerlere bağımlılıkları ile doğru orantılıdır. Geleneksel toplumlardan modern topluma geçişle beraber değişen değerlere rağmen, aile ve din kurumuna ait değerler hiyerarşik konumunu muhafaza etmektedir. Bu durum, toplumsal etkileri yüksek olan bu değerlerin, suç önleme potansiyellerinin incelenmesini önemli kılmaktadır.

3.2. Aile ve Dini Değerlerin Suç Önlemeye Etkisi

Aile; bireyin içine doğduğu ve ilk sosyalleşme sürecini yaşadığı, kültür ve davranış biçimlerinin ilk olarak öğrenildiği\ aktarıldığı bir kurumdur. Modernleşmenin etkisi ile yaşanan köklü değişimlerden etkilenerek, büyük ölçüde yapısal ve fonksiyonel olarak değişime uğrayan aile kurumu, buna rağmen bazı toplumlarda hala üst bir değer olma özelliğini korumaktadır. Geleneksel değerlerden modern değerlere doğru bir geçişin yaşandığı günümüzde aile kurumu da bu durumdan etkilenmiştir.

Aile, toplumda birçok önemli işlevleri yerine getiren temel bir kurumdur. Ailenin, biyolojik olarak neslin devamlılığı, cinselliğin meşru yoldan tatmini, cinsiyetler arası dayanışma ve fedakârlık duygularının gelişmesi, çocukların şahsiyet kazanacakları bir ortamda sosyalleşmelerini sağlamak gibi temel fonksiyonları bulunmaktadır. Her toplumda, hâkim değer ve normlar çerçevesinde belirlenerek aile üyelerine sunulan belirli roller bulunmaktadır. Belirli sosyal ve ahlaki kurallara bağlı olarak gelişen bu rollerdeki olumsuz değişimler aile yapısının da değişmesine neden olmaktadır (Ersoy, 2012: 242,244). Günümüzde bireyselleşme ve özgürlük söylemlerine eğilimin artması ile aileye karşı bir antipati oluşmuştur. Toplumsalın içinde kendine ayrı bir yer inşa etmeye çalışan birey, kendi kimliğini yaratmaya çalışırken kendine ve topluma yabancılaşmıştır. Modernleşme ile bireyin zihninde oluşan bu kendi düşüncesi, ailenin temel öznesi olan bireyin aile kurumuyla olan bağını zayıflatmıştır (Topçuoğlu, 2010: 29). Sağlıklı bir toplumsal yaşamın varlığı, ailevi ilişkilerin sağlıklı olması ile yakından ilişkilidir. Tarihsel süreçte yaşanan toplumsal değişimler aile kurumunu da olumsuz yönde etkilemiştir. Bu etkilenme sonucunda aile kurumunun işlevlerini yerine getirememesi durumunda bazı toplumsal sorunlar meydana gelmektedir (Dikeçligil, 2012:24). Bu toplumsal sorunlardan biri de suç olgusudur. Nedensellik bağlamında birçok faktörden etkilen suç olgusu, aile kurumunun etkisini yitirmesinden olumsuz olarak etkilenmektedir.

Aile, sosyalizasyon sürecinin başlangıç aşamasını oluşturmaktadır. Bununla bağlantılı olarak sapmanın meydana gelmesinde ve sosyal kontrolün sağlanmasında önemli bir rolü bulunmaktadır. Bireyin toplumsal norm ve değerlere uyum sağlayarak, sapma davranışında bulunmasını engelleyecek en etkili sosyal kontrol mekanizmalarından biri de ailedir (İçli ve Burcu, 1993:44,46). Sosyal kontrolün ailede aracılığıyla etkin bir şekilde sağlanabilmesi için ebeveynlerin çocukları ile yakından ilgilenmeleri, çocuğun ailenin denetiminde olması ve yanlış tutumlarının anında düzeltilmesi gerekmektedir (Dolu,2010: 276-277). Bir toplumda sosyal düzen ve uyumluluk formel ve enformel kontrol mekanizmaları ile sağlanmaktadır. Düzeni sağlayan normlara karşı uygunsuz bir davranış biçimi olan suç olgusunun önlenmesinde resmi olmayan sosyal kontrolün önemli bir etkisinin olduğu düşünülmektedir. Enformel sosyal kontrolün varlığı ve işlevselliği bireylerin mevcut toplumsal değerlere olan bağlılığı ile yakından ilişkilidir. Bu ilişki en temelde aile ortamında yaşanan sosyalizasyon süreci ile kurulmaktadır.

Hirschi' nin sosyal kontrol teorisine göre sosyal kontrolü sağlayan en önemli faktör bireyin toplum ile olan sosyal bağıdır. Bireyin aile, akran grupları ve okula olan bağlılık düzeyi suçların önlenmesinde önemli bir etki oluşturmaktadır

(Korkmaz ve Kocadaş, 2006:178). Hirschi'nin bağlılık, adanmışlık, sürekli meşguliyet ve inanç olarak sıraladığı bu bağlanma düzeyleri bireyi toplumsal norm ve beklentilere uyumlu hale getirmektedir. Bireyin bu bağlarla olan ilişkisinin zayıflaması veya kopması suç işlemesine neden olmaktadır (Dolu, 2010: 268-269).

Aile ile birlikte toplumda bütünleşmeyi ve kontrolü sağlayan bir diğer kurum da dindir. Tarihsel süreç içinde değerlendirildiğinde din; geçmişte ve günümüzde toplumları etkileyen yönlendiren, toplumların değişiminde olumlu ve olumsuz rolü bulunan bir olgudur. Din, toplumsal şartlar çerçevesinde değişen ve değiştiren bir güç olarak var olmuştur. Bu özelliği ile dininin toplum üzerinde toplumun da din üzerinde bir değişim yaratma etkisi bulunmaktadır Günümüzde yaşanan hızlı ve etkili toplumsal değişimler, modern toplumların dinle olan ilişkisini sekülerleşme boyutunda etkilemiştir (Okumuş, 2009: 324). Eagleton, sekülerleşmeyi, dinin toplumların hayatından bütünüyle çıkması olarak değil, özellikle onun tarafından uyarılmadıklarında meydana gelen bir durum olarak tanımlamaktadır. Bu haliyle din, kamu hayatından giderek uzaklaşmakta ve kişisel bir uğraş haline dönüşmektedir (2014:10). Bu değişime paralel olarak, dinin bireysel ve toplumsal hayattaki varlığının etkisine ilişkin; Weber'in 'büyü bozumu ' ve Berger 'in 'kutsal kubbenin yıkılması' tezi ile başlayan tartışmalar zamanla farklı bir boyuta ulaşmıştır. Bu çerçevede yapılan tartışmalar, dinin birey ve toplum üzerindeki etkisinin tamamen kalkmadığı modernleşmenin etkisi ile oluşan yeni yaşama biçimlerine göre form değiştirdiği anlayışına evrilmiştir (Çapçioğlu, 2018: 23). Yaşadığımız dünyada insanların dinden uzaklaştıklarını, gündelik hayatta ona daha az alan bıraktıklarını yani sekülerleştiklerini doğrulayacak veriler bulunabilir. Sanayileşme ile başlayan bu sekülerleşme önceki yüzyıllara göre daha ileri boyutta yaşanmaktadır. Ancak bu dünyaya, dine ve tanrıya ait yeni bir eğilim değildir. Bu durum dünyanın en kadim tutumlarından biridir. Bu nedenle insanlığın gidişatını dinden dünyevileşmeye doğru bir eğilim olarak değil de dindarlık ve sekülerleşme arasında bir med cezir olarak değerlendirmek daha isabetli olacaktır (Aktay, 2021: 23-24). Toplumun şekillenmesi ve bireyin davranışlarının kontrol altına alınmasına ilişkin dinin etkin bir rolü olduğu fikri birçok sosyal bilimci tarafından kabul görmektedir. Durkheim ve Weber din ve kurumlar, toplumsal unsurlar arasındaki ilişkiye sistematik bir biçimde dikkat çeken sosyologlardır. Durkheim' e göre, toplumsal düzenin sağlanmasında ve ortak değerlerin oluşturulmasında dinin bütünleştirici bir rolü vardır. Durkheim' in özellikle intihar ve suçluluğa yönelik araştırmalarında dinin önemli bir fonksiyonu olduğuna ilişkin tespitleri din ve suç arasındaki ilişkinin incelenmesini önemli kılmaktadır (Kızmaz, 2005a:190).

Ailevi ve dini değerlerin yüksek oranda toplumsal sermayeye ve toplumsal kontrole kaynaklık ettiği düşünülmektedir. Bu kurumlar aracılığıyla toplumda dayanışma ve bütünleşmeye ilişkin değerler oluşmakta ve bireyin davranışlarına yön vermektedir. Bir toplumda evlilik, güven, yardımlaşma/ dayanışma ve vicdan gibi değerlerin; bireylerin birbirleri ile olan ilişkilerini ve toplumsal uyumluluğu geliştirdiği, ve suç önlemede enformel kontrol mekanizmalarını güçlendirdiği varsayımlar arasındadır.

Evlilik

Modern yaşam ile beraber birçok aile kurma biçimi gelişmiştir. Geleneksel formda olan kadın-erkek evliliği üzerine kurulan aile, artık tek eşli, eşcinsel ya da bir evlenme ahdine bağlı olmadan da kurulabilmekte/ kurulması talep edilebilmektedir. Bu durum aile kurumunun varlığını ve işlevini zayıflatan etkilere neden olmaktadır.

Evlilik, aile birliğinin kurulmasının temel unsuru olmakla beraber, ferdin ihtiyaçları ve toplumsal kaidelerin uyum içinde olmasını sağlayan bir kurumdur. Bu açıdan bakıldığında evlilik yalnızca toplumsal bir kurum değil, aynı zamanda uyumu ve psikolojik yönden tatmin olmayı da sağlamaktadır. Modernleşmenin etkisi ile yaşam koşullarının değişmesi aile kurumu üzerinde de önemli bir etki yaratmıştır. Doğum kontrolünde meydana gelen tıbbi gelişmeler, aile fertlerinin dışarıda çalışması gibi yeni gelişen durumlar aile yapısında farklılaşmalar meydana getirmiştir (Ersoy, 2012:247-248). Doğum kontrol yöntemlerinin sıradan bir doğum oranlarını düşürme amacı taşımadığını belirten Fukuyama, bu gelişmelerin kadın ve erkeğin davranışlarının da değişmesine yol açtığını belirtmektedir. Bu durum, kadın ve erkeğe hiçbir sorumluluk taşımadan istediği gibi cinsel birliktelikler yaşama fırsatı sunmaktadır. Oysa tarihsel süreçte bakıldığında, evlilik kurumu anne- çocuk ilişkisine yasal bir koruma sağlamakta ve babanın çocuklarının kendi ihtiyaçlarını karşılayacak bir birey olana kadar onlara bakma yükümlülüğü getirmektedir (2015:139-140). Aile kurumunda yaşanan olumsuz değişimler bu dengeli yapının bozulmasına neden olmuştur. Bu durumun çocuk ve genç suçluluğuna önemli ölçüde etkisi bulunmaktadır.

Günümüzde evlilik dışı ve boşanma sonrasında doğan çocuk oranlarında artış yaşanmaktadır. Bu durum çocukların güvenli ve sağlıklı aile ortamının sunacağı sosyalizasyon sürecini olumsuz etkilemektedir. Parçalanmış veya tek ebeveynli ailelerde yetişen çocukların sosyalleşme sürecinde önemli sorunlar yaşanmaktadır. Suç eğiliminin, çocukluk dönemlerine ait bu eksik veya kötü sosyalleşme ortamlarının bir uzantısı olduğu bilinmektedir (Kızmaz, 2012: 61). Kriminolojik araştırmaların birçoğunda suçlu çocuk ve aile ilişkisi en çok incelenen konular arasındadır. Ailenin gelir durumu, sosyo-ekonomik statüsü,

parçalanmış veya ayrı yaşayan ebeveynlerden oluşması suçluluğa etki eden önemli değişkenlerdir (Uzun, 2015:88). Altun (2011), gençler ve çocuklar üzerinde yaptığı çalışmada, ebeveynlerin medeni durumu ile çocukların suç eğilimi arasında güçlü bir ilişki bulunduğunu kaydetmiştir. Suçluların belirgin karakteristik özelliklerinden biride parçalanmış ailelere mensup olmalarıdır. Özellikle ebeveynlerden biri olmayan veya üvey anne ya da babayla birlikte yaşayan çocukların suç işleme potansiyelleri artmaktadır. Aynı şekilde anne-babası hayatta olup ayrı yaşayan çocukların suç işleme ihtimali, anne- babası hayatta olup birlikte yaşayanlara göre 5,5 kat artmaktadır (Altun, 2011: 99, 128). Nirun, Türkiye’ nin çeşitli bölgelerindeki 2800 çocuk üzerinde yaptığı çalışmada suçlu çocukların büyük çoğunluğunun aile ortamından mahrum olduğunu belirtmektedir. Suçluluğa karşı en etkili önlem normal bir ailedir. Noksan ailelerde (ebeveynlerden birinin olmaması veya bulunduğu halde gerekli fonksiyonları yerine getirmemesi) yetişen çocukların suç işleme potansiyeli arttırdığı gözlenmektedir (Nirun, 1968: 155-156).

Hirschi’ nin sosyal bağ teorisi çerçevesinde düşünüldüğünde kadın ve erkeğin evlilik ahdine dayalı olarak kurduğu aile kurumunun çocuk ve genç suçluluğuna ilişkin önleyici etkisi olduğu görülmektedir.

Aile ilişkileri ve Güven

Aile bünyesinde yaşanan ilişkilerin varlığı ve niteliği bireyin sosyal yaşamındaki ilişkilerinin de belirleyicisi olmaktadır. Aile ortamında diğer aile bireyleri ve yakın çevre ile kurulan ilişkiler bireyin güven ve sorumluluk duygusunun gelişmesini sağlamaktadır.

Aile; evlilik, kardeşlik, akrabalık ve komşuluk gibi ortak eylem alanları ve kontrol sistemleri yaratmaktadır. Bu bağlamın sonucu olarak bireyde ve toplumda güven duygusu gelişmektedir. Aile ortamında güven duygusunu yaşayan\öğrenen bireyin, sosyal sorumluluk bilinci gelişmekte ve çevresi ile işbirliğine dayalı ortak eylem geliştirme kapasitesi artmaktadır. Dağılmış ve birliği temelden sarsılmış ailelerde bu değerlerin gelişmesi ve topluma sirayet etmesi zorlaşmaktadır. Aile, üyelerinin sorunlarının giderilmesinde ve hedeflerinin gerçekleştirilmesinde dayanışma ve birliktelik sağlama gibi işlevlere sahiptir. Bu özellikleri nedeniyle aile, sosyal sermayenin gelişmesine önemli ölçüde katkı sağlamaktadır (Aydemir ve Tecim, 2012: 48-49). Coleman, ailede yetişkinlerin fiziksel olarak bulunmamasının ailenin sosyal sermayesinde bir eksiklik yaratacağını belirtmektedir. Ebeveynlerden birinin olmaması veya her iki ebeveyninde uzun süre dışarda olması, büyükanne, teyze ve amca gibi yakınların hane içinde veya çevresinde bulunmamasından kaynaklı olarak sosyal sermaye yoksunluğu yaşamaktadırlar. Bununla birlikte aile içinde yetişkinlerin fiziksel

varlığı bulunsa bile, çocuklar ve eşler arasında bir ilişki yoksa yine sosyal sermaye eksikliği vardır (2010:103).

Ailenin ilişkiler temelinde bireye sağladığı \ kazandırdığı sosyal dayanışma ve güven duygusunun yıkıcı faktörler nedeniyle etkisini yitirmesi bazı toplumsal sorunların meydana gelmesine neden olmaktadır. Ailenin bu işlevselliğine etki eden en etkili faktörlerden biri de toplumda yaşanan bireyselleşme eğilimleridir. Toplumsal kuralların etkisini kaybettiği, dinin ve geleneğin bir bağlayıcılığının olmadığı, sosyal kontrolün gücünü kaybettiği bir yaşam biçimi bireyselleşmenin özünü oluşturmaktadır. Salt bireysel hedeflerine odaklanan kişi, toplumsal ilişkilerinde diğer insanlara göstermesi gereken hassasiyet ve sorumlulukları yerine getirmemektedir (Ersoy,2012: 216-217). Fukuyama' ya göre kontrolsüz bireycilik bünyesinde ciddi sorunlar barındırmaktadır. Değerlerin ve toplumsal kuralların sıradan yaptırımlar içermediğini, bu yaptırımların ortak yaşamın ön koşulu olduğunu belirtmektedir. Ayrıca aşırı bireyciliğin olumsuz sonuçlarından biri de bireyin toplumdan uzaklaşmasıdır. Bu durum zamanla bireyin yalnızlık ve yitiklik duygusuna kapılmasına neden olmaktadır (2015:31-32). Aile içi ilişkilerin zayıflaması, aile bireylerinin birbirlerine karşı olan sevgi şefkat ilgi ve sorumluluk gibi duyguların giderek azalmasına neden olmaktadır. Bu durum ailenin sosyal kontrolü sağlamasını olumsuz etkilemektedir (İçli ve Burcu, 1993:46).

Francis T. Cullen, sosyal destek ve suç arasında önemli bir ilişkinin olduğunu belirtmektedir. Cullen'e göre sosyal destek; aile, akrabalık ve arkadaşlık ilişkileri üzerinden bireyin yardım, güven duygusu ve sosyal ağ gibi destekleri deneyimlemesidir. Bu çerçevede bireye sağlanan aile desteği, sahip olduğu ilişkiler ağı, güçlü güven duygusu ve yardımseverlik ne kadar fazla olursa suç eğilimleri de o oranda azalmaktadır (Cullen, 2003, 533-540, akt. Kızmaz, 2021: 798). Aynı şekilde Jane Jacobs, toplumsal ağların kamu güvenliğini sağlamada önemli bir etkisinin olduğunu belirtmektedir. Buna örnek olarak dışarıdan bakıldığında çevresel olarak pis ve düzensiz ancak sosyal sermaye açısından zengin bir mahalleyi göstermektedir. Burada suç kontrolü mahalledeki yetişkinler tarafından yürütülmektedir. Mahalle sakinleri, suça meyilli gençler ve onların aklını çecek yabancılara karşı dikkatli davranmaktadırlar. Düzen ve toplumsal kurallara karşı herkesin hassas davranması suç olgusunun asgari düzeyde olmasına etki etmektedir (Fukuyama, 2015:48,50).

Altun, sosyal sermaye ve suç arasındaki ilişki üzerinden yaptığı çalışmasında katılımcıların aile ve yakın çevre ile olan ilişkisini ölçmüştür. Araştırmada, aile ile geçirilen zaman ve aile ile geçirilen zamanda görev üstlenme ve ailenin çocuklara ilgisi değişkenleri ile suç olgusu arasında nasıl bir etki olduğu incelenmiştir. Araştırmanın sonucunda aile ile birlikte geçirilen zamanda görev

üstlenmenin suç olgusunu azaltmada etkili olduğu gözlemlenmiştir (Altun, 2011:122). Bireyin ilişkiler ve ilişkilerde alacağı sorumluluk bireyin davranışlarında etkili olmaktadır. Bu konuya ilişkin teorik dayanağını öncelikle sosyal kontrol ve sosyal öğrenme kuramlarından alan gelişimsel suç önleme stratejilerine göre de; bireyin suçlu veya suç karşıtı olmasında geçmişindeki aile yaşamının önemli ölçüde etkisi bulunmaktadır. Suç ve suçlulara ilişkin yapılan araştırmalarda suçluların, suçlu olmayanlardan bilhassa aile yapıları açısından farklılaştıkları gözlemlenmiştir (Kızmaz, 2020:179).

Dayanışma ve Yardımlaşma

Din, toplumda değerlerin oluşmasına ve korunmasına kaynaklık etmektedir. Bu değerlerden biri de yardımlaşma ve dayanışmadır. Din olgusu toplumda yardımlaşma ve dayanışma duygusunun gelişmesini sağlayarak dolaylı olarak suç olgusunun engellenmesine de olanak sağlamaktadır. İnsanların birbirlerine karşı sorumluluk hissettikleri bir toplumda işsizlik, yoksulluk, şiddet vb. gibi olgulara duyarsız kalamazlar. Bu dayanışma halinin geliştiği toplumlar, bu olgular üzerinden gelişen suç işleme olanaklarını asgari düzeye indirmektedir.

Bilinen en eski sosyal kontrol teorisi Durkheim 'in anomi teorisidir. Durkheim anomiyi sadece normsuzluk olarak tanımlamamaktadır. Toplumdaki sosyal dayanışmanın çökmesini de anomi hali olarak değerlendirmiştir. Birleşmenin ortadan kalktığı toplumlarda her birey karşılaştığı problemlerle tek başına yüzleşmek zorunda kalmıştır. Kolektif gücün zayıfladığı bu toplumlarda, karşılıklı manevi destek zedelenmekte, sosyal bağlar zayıflamakta ve aşırı bir bireyselleşme hali gerçekleşmektedir (Azimli,2022: 19). Taylor bu durumu modernleşmenin çöküş hali olarak nitelemektedir. Bireycilik, birçok insana göre modernliğin en büyük kazanımlarından biridir. Ancak bazı ahlaki bağlarımızdan kopmamız karşılığında elde ettiğimiz bir durumdur. Oysa toplumsal normların ve ritüellerin araç olmaktan başka fonksiyonları da bulunmaktadır (Taylor, 2018:10).

Hançerlioğlu dayanışmayı, bir bütünü oluşturan bütün unsurların birbirlerini koruyup gözetlemesi olarak ifade etmektedir. Toplumsal bir terim olarak baktığımızda, bir toplumdaki bireylerin birbirlerini koruyup gözetmeleri, yani alt yapı ve üst yapı arasındaki uyumluluk halini ifade etmektedir (Akyüz,2014:464). Dinler bünyesinde; inanç, ibadet, ahlak ve uygulama yönünden bazı farklılıklar barındırmakla beraber müntesiplerine yardımlaşmayı ahlaki bir erdem olarak öğütlemektedirler. Bu yönü ile dindarlık; adalet, merhamet, sevgi, şefkat iyilik ve yardımlaşma gibi prososyal davranışları belirten kavramlarla özdeşleşmiştir. Dünyanın birçok yerinde dindarlar kurdukları vakıflar ve dini kurumlar aracılığıyla insanlara yardım etmektedirler (Demirkol,

2019:222). Din kurumu, yardımlaşma ve dayanışma gibi olgularla kapalı bir biçimde toplumsal bütünleşmeyi sağlamaktadır. Modern perspektifte uygulanmaya çalışılan, çeşitli sosyal sorumluluk projeleri ve yardım faaliyetleri, dinin doğal işlevi olan toplumsal yapılandırma fonksiyonunu etkin bir biçimde gerçekleştirilmesini sağlamaktadırlar (Aydemir ve Tecim, 2012:49). Yardımlaşma ve dayanışma genel olarak dinlerin özünde olan bir değer/emirdir. Tevrat’ da komşuya iyilik yapmayı ve yardımlaşmayı içeren emirler bulunmaktadır. Aynı şekilde merhamet ve iyilik gibi kavramlara İncil’ de yer verilmekle birlikte, Hz. İsa takipçilerinin iyi, yardımsever insanlar olmalarını övmektedir. Budizm de insanları prososyal davranışlarda bulunmasını engelleyecek kin, haset ve düşmanlık duygularına karşı uyarılmakta ve iyilik merhamet gibi duygulara vurgu yapılmaktadır (Demirkol,2019:223).

Toplum temelli suç önleme stratejileri bağlamında değerlendirildiğinde kolektif bilincin oluşmasının suçların önlenmesinde önemli bir etkisi bulunmaktadır. Özellikle sosyal olarak dayanışmacı ve uyumlu bölgeler inşa etmek, grupları ve mahalleleri bu anlamda güçlendirerek suçlu davranışı ortadan kaldırmayı amaçlamaktadır. Toplumsal örgütlemenin artması, sosyal dayanışma ve bağlılığın teşvik edilmesi ile sosyal denetim de güçlenecektir (Kızmaz,2020: 225-226). Swartz’ a göre yardımseverlik bireyin çevresindeki insanların mutluluğu ve refahının artması için çabalaması ile ilgilidir. Suçlu davranışın ve suçlu alt kültürün ortaya çıkması ile yardımseverlik arasında negatif bir ilişki bulunmaktadır. Bu değer azaldıkça suçlu davranışta artış gözlenmektedir (Uzun, 2015:123).Altun, çalışmasında, yardımlaşma ve dayanışmanın olduğu bir çevrede bulunmanın suç olgusu üzerinde önemsenecek bir etkisinin olduğu sonucuna varmıştır. Bireyin içinde bulunduğu çevrede yardımlaşma ve dayanışma değişkenin bir birim artış göstermesi, suç işleme olasılığını yüzde 31 seviyesinde azalttığı tespit edilmiştir (2011: 124). Bu çerçevede bakıldığında dayanışma ve yardımlaşmanın geliştiği toplumlarda, özellikle dezavantajlı grupların (çocuk genç, kadın gibi) korunması ve gözetlenmesi önemli bir sorumluluktur. Genel olarak bu tür tutumların gelişmesi bu gruplar tarafından gerçekleştirilen hırsızlık, fuhuş, madde kullanımı vb. suçlarda azalma olduğu yönündedir.

Vicdan

Din, birey üzerinde hem iç hem de dış kontrolü sağlamaktadır. İnsanları iyi ve güzeli yapmaya teşvik etmek ve kötü eylemlerde bulunarak başkalarına zarar vermekten çekindirmek dinlerin başlıca özellikleri arasındadır. Din bireyin dünyasındaki en güçlü yargılayıcı olan vicdan olgusu ile iç kontrolü sağlamaktadır. Bu şekilde, insandaki vicdani gücün doğru bir biçimde çalışmasını

sağlayarak çok güçlü ve etkili bir öz denetim oluşturmaktadır. Bu kontrolün tam olarak içselleştirilmesi, bireyin her yerde ve her zamanda bu standartlara uygun davranmasını sağlayacaktır (Azimli, 2022:86). Vicdan, bireyin kendi ahlaki değerlerini dolaysız bir şekilde yargılamasını sağlayan iç yetidir. Bireyin kendi edimlerini ve davranışlarını değerlendirme yetisi kendisindedir. Başka bir ifade ile vicdan bir iç bilinç düzeyidir. Felsefi açıdan bakıldığında vicdan; neyin doğru neyin yanlış olduğu, iyi ve kötünün ne olduğunun dolaysız bir şekilde kavranışını sağlayan ve bütün insanlarda var olduğu düşünülen ahlaki bir bilinçtir (İmamoğlu, 2010: 129). Topçu da vicdanı iyi ve kötüyü ayırt etme yetisi olarak tanımlamakta ve vicdanı yapısal olarak belli bazı unsurların meydana getirdiğini ifade etmektedir. Rousseau, vicdanın meydana gelmesinde duyguların önemli bir rolü olduğunu savunmaktadır. Kant ise, vicdanın akıl tarafından harekete geçirildiğini ileri sürmektedir. Akıl vicdan aracılığı ile davranışlarımızı idare etmektedir (2012:139-141). Genel olarak vicdanın insana verili bir yeti olmasının yanı sıra onu şekillendiren bazı unsurların da varlığını kabul etmek gerekmektedir.

Vicdan, bireye neyin doğru neyin yanlış olduğunu göstererek onu doğru davranışa yönlendirmede önemli bir rol üstlenmektedir. Fakat vicdan da bireysel ve toplumsal bazı nedenlerden dolayı dejenere olmaktadır. Yani salt olarak vicdan kişinin doğru davranışlarda bulunmasında yeterli olmayabilir. Bu konuda din bireye menfaatlerinin aksine de olsa doğru olanı yapmayı emrederek, vicdanın fitrata uygun bir şekilde işlemesine yardımcı olmaktadır (Azimli,2022: 150). Buna ilişkin olarak Matza Sykes' in nötrleştirme teknikleri teorisi, suçlu bireylerin bu davranışlarını doğru bulmadıklarını ve suçluluk hissinden doğan vicdan azabını engellemek için de bazı açıklama biçimleriyle suçlu davranışlarını savunduklarını belirtmektedir (Kenevir, 2017:343). Bu durum, doğru işleyen bir vicdanın bireyi suç işleme noktasında rahatsız edeceğini göstermektedir. Mercan' a göre onarıcı adalet pratikleri açısından bireyin hissedeceği utanç ve pişmanlık gibi negatif duygular suç önleme konusunda önem kazanan yaptırımlardır. Neticede failin duygusal bir varlık olması, duygusal müeyyidelerinde ceza yargısında bir yer edinmesine neden olmaktadır. Failin, mağdura yaşattıkları neticesinde vicdan azabı yaşayarak utanıp, pişmanlık duyması onarıcı adaletin temel hedefleri arasındadır (Mercan,2019b: 106-107).

Güçlü vicdan sahibi olan bir birey kendi içinde, davranışlarını kontrol edebilen sistemli bir mekanizma oluşturmuştur. Bu mekanizmanın varlığı, bireyin davranışlarında tutarlı olmasına ve bu ahlaki tutumu her yerde ve her zaman sergilemesine destek olmaktadır. Vicdan olgusu bireye sorumluluk hissi empoze ederek vazife bilinci katmaktadır (İmamoğlu,2010:136). Bir toplumdaki bireylerin öz denetiminin güçlü olmasının suçlu davranışın engellenmesinde

önemli bir etkisi bulunmaktadır. Konuyla alakalı olarak baktığımızda Reckless ‘in Sınırlama teorisindeki iç sınırlayıcılar kuramı ve Gottfredson ve Hirschi’ nin öz kontrol düşüklüğü yaklaşımı bireyin iç dünyasındaki kontrol mekanizmalarının önemli olduğunu savunmaktadırlar (Dolu, 2010: 265,273). Bireyin iç dünyasına yönelik bütün edimlerinin normatif denetimini sağlayan vicdan olgusu, doğru işlediğinde önemli bir iç denetim sağlamaktadır.

Sonuç ve Değerlendirme

Toplumsal yapı; kurumlar, roller, normlar, değerler ve kültür üzerinden şekillenerek bireysel ve toplumsal yaşamın temel düzenini oluşturmaktadır. Bu düzen, bireysel ve toplumsal davranışın uyumluluğunu sağlayan en önemli faktördür. Toplumsal yapıda meydana gelen göç, kentleşme gibi olgular neticesinde toplumsal yapıda demografik değişimler meydana gelmektedir. Bu olguların toplumda çözülme ve yabancılaşmaya zemin hazırladığı, toplumsal değerlere ve kurumlara olan bağlılığı azalttığı düşünülmektedir. Toplumsal düzen genellikle bireylerin birbirleri ile olan ilişkilerindeki, uyumlu davranışları üzerinden varlığını devam ettirmektedir. Suç olgusu düzene aykırı ve uyumluluğu bozan bir davranıştır. Bu nedenle bütün toplumlarda suçların önlenmesine ilişkin çeşitli önlemler alınmaktadır. Kızmaz’ a göre sosyal sermaye, sosyal değerler, sosyal kurumlar ile formel ve enformel kontrolün suç oranları üzerinde etkisi bulunmaktadır. Bu unsurlarda azalma yaşanması durumunda suç ve şiddet olayları artarken, bağlılığın artması ile de suç eylemlerinde azalma olmaktadır (Kızmaz, 2021: 805).

Sosyolojik teoriler arasında suç olgusunu açıklamak için değerleri referans alan birçok kuram bulunmaktadır. Durkheim’in anomi teorisi ve Merton’un gerilim teorisi, bu hususta bireyin davranışlarını kontrol altına alacak herhangi bir normun bulunmayışından kaynaklanan sınırsızlık halinin suç olgusuna zemin hazırladığına ilişkin kanaatler barındırmaktadır. Şikago okulunun düzensizlik teorisine göre ise suçluluk, toplumda kontrolü ve dayanışmayı sağlayacak normların işlevini yitirmesine bağlı olarak meydana gelmektedir. Yine konuya diğer teorilerden farklı olarak insanların neden suç işlemediği üzerinde yaklaşan kontrol teorileri de bu durumu toplumda formel ne enformel kontrolü sağlayan kuralların varlığına dayandırmaktadır.

Modernleşme ile toplumların sosyal, kültürel ve ekonomik yapılarında birçok değişim meydana gelmiştir. Bu değişimi tetikleyen gücün ekonomik mi ya da kültürel mi olduğu tartışmalı bir konudur. Genel olarak bakıldığında bu değişim beraberinde, toplumsal yapıda önemli ölçüde dayanışma ve kontrolü sağlayan geleneksel değerlerin etkisini kaybetmesine yol açmıştır. Özellikle ailevi ve dini değerlerin yüksek oranda sosyal sermayeye ve kontrole kaynaklık ettiği

toplumlarda, bu değerlerin etkisini kaybetmesi ile toplumsal yapıda ciddi bir anomi hali meydana gelmektedir. Bu yeni duruma uygulanacak yeni ve daha iyi kuralların olmaması suç ve sapma olgularında artış meydana getirmiştir.

Kontrol teorilerine göre bireyin suç işlemesine ilişkin bireysel (iç denetim) ve sosyal (dış denetim) kontrol mekanizmaları bulunmaktadır. Bireyin suça meyletmesini iki yönden kontrol altına alan bu teorilere göre bir toplumda suçluluğun meydana gelmesi bu kontrol mekanizmaların etkisini yitirmesi ile alakalıdır. Bireyin davranışları üzerinde kontrolü sağlayacak bir mekanizmanın bulunmaması halinde toplumda suç ve sapma olaylarında artış meydana gelmektedir. Buna ilişkin olarak toplumda üst bir değer konumunda olan dini ve ailevi değerlerin toplumun sosyal sermaye potansiyelini arttırarak suçluluğu azaltmaya katkı sağladığı düşünülmektedir. Bu kapsamda toplumsal dayanışma ve bütünleşmeyi destekleyen aile değerleri (evlilik, aile ilişkileri ve güven) ve dini değerler (dayanışma ve yardımlaşma, vicdan) üzerinden suçluluğunun önlenmesi değerlendirilmiştir.

Suç olgusu, birçok dinamik üzerinden açıklandığı gibi suçluluğun önlenmesi de tüm bu dinamiklerin dikkate alındığı bütüncül bir yaklaşım üzerinden geliştirilen stratejilerle mümkün olabilir. Ancak suçun sosyokültürel mahiyeti dikkate alındığında suç önlemeye ilişkin toplumun anlam kodları ve yaşam pratiklerinden uzak uygulamaların başarılı olma olasılığı pek mümkün görülmemektedir.

Kaynakça

1. Akgül, A., Irmak, F., (2016). Sosyal Yapı Teorileri, (Editör: M. Alper Sözer, Ercan Balcıoğlu), Nobel Yayıncılık, Ankara.
2. Aktay, Y., (2021). “Bir Batılı Anlatı Olarak Sekülerizmin Evrensellik İddiası”, Tezkire Dergisi, Yıl: 30 Sayı: 77
3. Akyüz, İ., (2014).“ İslam’da Dini Pratiklerin Toplumsal Dayanışmaya Etkisi”, Akademik Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi, Sayı: 25-I, s. 461-482.
4. Altun, N., (2011). Sosyal Sermaye’nin Çocuk ve Genç suçluluğuna Etkisi, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
5. Aydemir, M. A., Tecim, E., (2012). Türk Toplumunda Aile ve Dinin Sosyal Sermaye Potansiyeli, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi.
6. Azimli. E., (2022). Sosyal Kontrol ve Din, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
7. Beyaz, C. (2020). Son Durağı Olmayan Hayatlar: Kırsal Göçmen, Geriye Göç Ve Çoklu Mekân Pratiği. İnsan ve Toplum, 10 (1), 145-175.
8. Beyaz, C. (2022). Göç Ve Aidiyet. Kırsal Göçmenin Memleketine Bağlılığını Sürdürme Mücadelesi, İstanbul: Matbu Kitap.
9. Bottomore, T., (2000). Toplumbilim, (Çeviren: Ünsal Oskay), Der Yayınları, İstanbul.
10. Coleman, James S. (2010). “Beşeri Sermayenin Yaratımında Sosyal Sermaye”, Sosyal Sermaye – Kuram, Uygulama, Eleştiri-, Derleyenler: M.Murat ŞAHİN ve A.Zeki ÜNAL, Değişim Yayınları, İstanbul.
11. Çapcıoğlu, İ. (2018). “Sekülerleşen Toplumda Bireyselleşen Aile”, Turkish Studies, 13(2), 19-34.
12. Demirbaş, T., (2019). “ Suçun Önlenmesi” Yaşar Hukuk Dergisi YHD C.1 S.1 Ocak 2019.
13. Demirkol, M. (2019). “ Dinî Bir Tutum Olarak Yardımseverlik” Gaziosmanpaşa Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, 7(2), 211-232.
14. Dikeçligil, B., (2012). “Aileye Dair Kabullerin Ezber Bozumu”, Muhafazakâr Düşünce Dergisi, Yıl: 3, Sayı:31.
15. Dolu, O., (2010). Suç Teorileri Teori Araştırma Ve Uygulamalarda Kriminoloji, Seçkin Yayınları, Ankara.
16. Dönmezer, S., (1999). Toplumbilim, Beta Basın Yayın, İstanbul.
17. Eagleton, T., (2014). “Tanrı’ nın Ölümü ve Kültür”, (Çeviren: Selin Dingiloğlu), Yordam Kitap, İstanbul.

18. Ersoy, E., (2018). Sosyolojide Değerler ve Değer Araştırmaları, Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, Cilt: 11, Sayı: 56.
19. Ersoy, E.,(2012). Değer Farklılaşmalarının Sosyolojik Boyutu, Kum Saati Yayınları, İstanbul.
20. Fichter, J., (2001). **Sosyoloji Nedir?** (Çeviren: Nilgün Çelebi), 5. Baskı, Atilla Kitabevi, Ankara.
21. Fukuyama, F., (2015). Büyük Çözülme, İnsan Doğası ve Toplumsal Düzenin Yeniden Oluşturulması, (Çeviren: Hasan Kaya), Profil Yayıncılık, İstanbul.
22. Giddens, A., (1994). Modernliğin Sonuçları, (Çeviren: Ersin Kuşdil), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
23. Giddens, A., (2000). Sosyoloji, (Çeviren: H. Özel ve C. Güzel), Ayraç Yayınları, Ankara.
24. Giddens, A., Sutton, P., W., (2018). Sosyolojide Temel Kavramlar, (Çeviren: Ali Esgin), Phoenix Yayınevi, Ankara.
25. Gilling, D., (1997). Crime Prevention, London & New York, Routledge.
26. Güçlü, İ., Akbaş, H., (2016). Suç Sosyolojisi, Seçkin Yayınları, Ankara.
27. Güllü, İ., (2014). Suç olgusuna teorik ve eleştirel bir yaklaşım. Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 2014(3), 104-107.
28. İçli, T. G., Burcu, E., (1993). İnfomal Sosyal Kontrolün Sağlanması Ailelerin Gelir Ve Eğitim Düzeylerinin Önemi: Ankara’da Uygulamalı Bir Çalışma, Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi. C.10, Sayı.1, s.43-56.
29. İçli, T.G., (2004). Kriminoloji, Martı yay. Ankara.
30. İmamoğlu, A., (2010). “Vicdan Kavramının Psiko - Sosyal Tahlili”, Akademik İncelemeler Dergisi Cilt:5 Sayı:1
31. Kenevir, F., (2017). “Suç ve Dini Bağlılık Üzerine Kuramsal Yaklaşımlar”, Journal of Islamic Research, 2017, C. 28, No. 3, ss. 334-358.
32. Kızmaz, Z. (2012). “Gelişmekte Olan Ülkelerde Suç: Suç Oranlarının Artışı Üzerine Sosyolojik Bir Çözümleme”, Mukaddime, (5), 51-74.
33. Kızmaz, Z., (2005a). “Din Ve Suçluluk: Suç Teorileri Açısından Kuramsal Bir Yaklaşım”, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt: 15, Sayı: 1, Sayfa: 189-215.
34. Kızmaz, Z., (2005b). “Sosyolojik Suç Kuramlarının Suç Olgusunu Açıklama Potansiyelleri Üzerine Bir Deneme”, C.Ü. Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt: 29 No: 2 149-174

35. Kızmaz, Z., (2020). Suç Önleme: Çağdaş Yaklaşımlar, Nobel Yayıncılık, Ankara.
36. Kızmaz, Z., (2021). “Gelişmiş Batı Ülkelerinde Suç Oranlarındaki Değişim Nedenlerini Anlamak: Sosyal Kontrol Kuramı Ve Uygarlık Süreci Yaklaşımı Üzerinden Bir Değerlendirme”, Şarkiyat, 13(2), 792-809.
37. Korkmaz, A., Kocadaş, B., (2006). **Toplumsal Sapma**, Doğu Kütüphanesi Yayınları, İstanbul.
38. Marshall, G., (1999), Sosyoloji Sözlüğü, (Çeviren: O. Akay ve D. Kömürçü), Bilim ve Sanat Yayınları, İstanbul.
39. Mercan, B. A. (2019b). “Onarıcı Adalet Pratiklerinde Mağdur-Fail Karşılaşması: Duygusal Temsiller karşısında Hakiki Duygulanımlar”, Ceza Hukuku ve Kriminoloji Dergisi/Journal of Penal Law & Criminology, 7(1), 1-1.
40. Mercan, B. A., (2017). “Yönetimsellik Bağlamında Kriminoloji ve Sosyal Politika Disiplinlerinin İlişkiseliliği”, Toplum ve Bilim Dergisi, 140: 122-154.
41. Mercan, B. A., (2019a). Türkiye’ de Kültürel Kriminolojinin Yöntemsel İmkânı, Gaziantep University Journal of Social Sciences, 18 (2), 8.
42. Nirun, N., (1968), ‘Suç Hâdisesinin Sosyal Sebepleri Üzerine Bir Araştırma’, Suut Kemâl Yetkin’e Armağan, Hacettepe Üniversitesi Yayını, Ankara.
43. Okumuş, E. (2009). “Toplumsal Değişme Ve Din”, Electronic Journal of Social Sciences, 8(30).
44. Rahimov, İ., (2014). Suç ve Ceza Felsefesi, EkoAvrasya Yayınları, Ankara.
45. Taylor, C., (2018). Modernliğin Sıkıntıları, (Çev. Uğur Canbilen), Ayrıntı yayınları, İstanbul
46. Topçuoğlu, A., vd. (2010). Türkiye’de Aile Değerleri Araştırması, Ankara: Aile ve Sosyal Araştırmalar Genel Müdürlüğü.
47. Vargün, B., Tekin, Ü., (2012). Töre ve Namus Cinayetleri, Muhafazakâr Düşünce Dergisi. Yıl.8, Sayı. 31.
48. Yaka, A., (2015). Sosyoloji Yazıları Çatışma Kültüründen Uzlaşma Kültürüne, Gündoğan Yayınları, İstanbul.

55. Bölüm

Muhasebenin Dijital Dönüşümü, Medikal Muhasebe ve E-Muhasebe Uygulamaları

Fevzi AKBULUT¹

¹ Dr. Öğr. Üyesi.; Bingöl Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Sağlık Yönetimi Bölümü. Fevziakbulut07@gmail.com ORCID No: 0000-0002-8511-7712

ÖZET

Gelişen teknolojiyle birlikte dijitalleşme hız kazanmıştır. Hemen her sektörde etkili olan dijital dönüşüm sağlık sektörünü de etkilemiştir. Bu kapsamda sağlık kurumlarında kullanılan muhasebe sistemi köklü olarak değişikliğe uğramıştır. Sağlık kurumlarında medikal muhasebe sistemi ERP sistemiyle birlikte kullanılmaya başlamıştır. Ayrıca birçok sağlık kurumu ERP sistemlerine entegre HMS sistemleri kullanmaya başlamışlardır. Bilgisayarlı sistemlerle bütünleşik birçok farklı e-muhasebe uygulamalarının kullanılmasıyla maliyetler hızla azalmış ve hata payı neredeyse sıfıra inmiştir. Buradan hareketle bu çalışmada geçmişten günümüze Dijital muhasebe süreci incelenmiş, bilgisayarlı sistemlerin gelişmesiyle sağlık alanında ERP sistemi vurgulanmış, dijital dünyada medikal muhasebenin işleyişi üzerinde durulmuş ve Türkiye’de kullanılan E-Muhasebe uygulamalarından bahsedilmiştir. Sonuç olarak sağlık kurumlarında kullanılan teknolojiyle birlikte yaygınlaşan tüm bu uygulamaların, verilerin saklanması, veriye ulaşım, hasta bekleme ve yatış sürelerinde azalma, maliyetlerde azalma, işlemlerin hız kazanması, hataların azalması, kayıt dışı harcamalarının önüne geçilmesi, bilgi akışının sağlanması, hızlı ve doğru kararlar alınması, hasta memnuniyetinin artması konularında sağlık kurumlarına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Dijital Dönüşüm, Medikal Muhasebe, E-Muhasebe Uygulamaları

GİRİŞ

Dünya üzerindeki herhangi bir değişim ve gelişim nerede meydana gelirse gelsin artık tüm insanlığı etkilemektedir. Bu etkilenmenin en temel sebebi teknolojik gelişmelerdir. Küreselleşmenin kapılarını açan ve fiziksel sınırların ortadan kalkmasını sağlayan teknolojik gelişmelerle insanlar istediği yerden, istediği zamanda ve istediği özelliklerde her şeye sahip olabilmektedir. Özellikle işletmeler toplumun ihtiyaçlarına karşılık verebilmek için bu teknolojik gelişmelere daha çok ve hızlı ayak uydurmak zorunda kalmışlardır. Bu noktada işletmelerin ihtiyacı olan hızlı, güvenilir ve kaliteli bilgi elde edebilmektedir.

Günümüzde yaşanan teknolojik gelişmelerin ve küreselleşmenin etkisiyle hızlı, güvenilir ve kaliteli bilgi edilebilmenin yolu açılmıştır. Dijital dönüşümle beraber iş süreçlerinde ve iş yapma şekillerinde köklü değişimler yaşanmaya başlamıştır.

Türkiye’de ise sağlıkta dijitalleşme 1960 yıllarında bilişim sistemi uygulamaları ile başlamıştır. 1990’ların başından itibaren yaygınlaşan bilgisayar kullanımı ve Vergi İdaresinin başlattığı dijital dönüşümle finansal muhasebede işlemlerin kaydı, sınıflandırılması ve raporlanması gelişen bilgisayar yazılımları sayesinde neredeyse sıfır hata ile yapılmaya başlamıştır. Daha sonraki süreçte Sağlıkta Dönüşüm Programı uygulamaya konulmuş ve “Herkesin Sağlık” anlayışı ile uygulama içerisindeki yerini almıştır. Dijitalleşmeyle birlikte kullanılan e-uygulama ve sistemler ile, bireylerin daha uygun koşullarda, kolay ulaşabilecekleri, güvenilir ve hızlı sağlık hizmeti alması amaçlanmıştır. E-muhasebe uygulamalarının gelişimiyle birlikte hem mal ve hizmet maliyetleri daha doğru ve kolay hesaplanabilmekte hem de yöneticilerin işletmeyle ilgili aldıkları kararlar ve uyguladıkları stratejiler daha etkin ve verimli olabilmektedir.

Sağlık kurumlarında sağlık hizmetlerinin giderlerinin takip edilmesi hususunda medikal muhasebe kullanılmaktadır. Medikal muhasebenin fatura takibiyle birlikte, kurum fiyatlandırma politikaları, hekim işe başlama süreçleri ve daha birçok görevi bulunmaktadır. Türkiye’de çoğunlukla sağlık kurumlarında ERP ve HBS sistemleriyle yürütülen işlemler en az riskle, hızlı bir şekilde, minimum hata payıyla yapılmaya başlamış ve sağlık kurumlarının verimliliği ve performansı artmıştır.

Türkiye’de muhasebenin dijital dönüşümü konusunda Hazine ve Maliye Bakanlığı yetkilendirilmiştir. İlk başlarda e-fatura uygulamasıyla başlayan sürecin sonrasında belirli ölçütlere göre kullanım zorunluluğu getirilmiştir. Son olarak ise bu uygulamaların kapsamı genişletilmiştir. Bilgiye erişimi kolaylaştırmak, maliyet tasarrufu sağlayabilmek ve kayıt dışı ekonomiyi tespit

edebilmek için bu uygulamaların kapsama alanı genişletilmeye devam edilmiştir.

Bu çalışmada geçmişten günümüze Dijital muhasebe süreci incelenmiş, bilgisayarlı sistemlerin gelişmesiyle sağlık alanında ERP sistemi vurgulanmış, dijital dünyada medikal muhasebenin işleyişi üzerinde durulmuş ve Türkiye’de kullanılan E-Muhasebe uygulamalarından bahsedilmiştir.

Dijital Muhasebe

Dijitalleşme ve Dijital Muhasebe Kavramı

21. yüzyılın başlarında teknolojiye yaşanan gelişmeler ışığında kişisel bilgisayarların ve internetin de yaygınlaşmasıyla birlikte dijitalleşme kavramı sıklıkla kullanılmaya başlamıştır. Dijitalleşme kavramı gerek bilgi olsun gerek veri olsun elektronik araçlar kullanılarak sayısallaştırılabilecek her şeyi kapsamaktadır. Kısaca dijitalleşme bilgilerin fiziksel bir yere bağlı kalmaksızın sayısallaştırılmasıdır denilebilir.

Türk Dil Kurumu sözlüğünde dijital kavramı; “sayısal olarak belirtilmiş ve verilerin bir ekran üzerinde elektronik olarak gösterilmesi” olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2023).

Diğer bir tanımda dijitalleşme, dijital ve fiziksel olarak sürdürülen hizmetlerin bir araya gelmesini ifade ederken; daha geniş tanımda ise robotik süreçler ve otomasyon, bulut teknolojisi, nesnelerin interneti ve yapay zekâ gibi dijital teknolojilerin hem bireysel hem de kurumsal olarak hayata girmesini ve entegre olmasını ifade etmektedir. (Gonçalves vd., 2022:1-2). Bu tanımdan yola çıkarak dijitalleşmenin hem bireyleri hem de kurumları ekonomik, sosyal ve teknolojik açıdan derin bir şekilde etkilediği söylenilebilir.

Başka bir tanıma göre dijitalleşme; “işletmelerin iş süreçlerini ve bu süreçteki rollerini yeni nesil teknoloji ve cihazlardan faydalanarak analog ortamdaki dijital ortama aktarmaları ve daha fazla verim elde etmeleri” şeklinde ifade edilmiştir (Özdemir ve Kılınç, 2019:2-3).

Dijital muhasebe genel olarak bilgisayar ve ağ teknolojilerine bağlı, muhasebe bilgi sistemindeki değişiklikler olarak tanımlanmaktadır. Diğer bir ifadeyle dijital muhasebe, analog karşılık olarak değiştirilebilir ve iletilir muhasebe bilgisinin dijital formatta sunulmasıdır (Deshmukh, 2006:9).

Muhasebe bilgi teknolojilerinde meydana gelen değişikliklerle birlikte büyük bir evrim geçirmiştir. Başta bilgisayarlar olmak üzere geliştirilen veri tabanları, yazılımlar, internet ve ERP (Enterprise Resource Planning) sistemleri muhasebenin gelişimi ve dijitalleşmesini sağlamıştır (Deshmukh, 2006:10). İnternetin buluşuyla e-ticaret ve e-işletme gibi dijital trendler hız kazanmış, “.com işletmeciliği”nin hızla yayılmasıyla muhasebe ve finans dâhil tüm

işletme fonksiyonları temelden etkilenmiştir. E-ticaretin işletmeler üzerinde o kadar çok etkisi olmuştur ki; günümüzde iletişim alt yapısı, iş süreçleri, ürün ve hizmetlerin dağıtımı, yönetsel ve örgütsel yapılar dâhil hemen her şey e-internet doğrultusunda sürekli değişime uğramaktadır. Bilgisayar ve ağ teknolojisindeki gelişmelerin işletmelerin muhasebe bilgi sistemleri üzerindeki etkilerine kullanılan Web Tabanlı Ambar Yönetim Sistemleri ve Elektronik Fatura Hazırlama ve Ödeme uygulamaları verilebilir. Örneğin bu ambar Yönetim Sistemleri sayesinde ürünler kısmen ya da tamamen otomatik olarak paketlenip ambalajlanabilmekte ve internet yoluyla takip edilebilmektedir. E-fatura sayesinde ise tüm alacak süreci otomatikleştirilerek dijital olarak yapılabilmektedir (Sevim, 2009:32-40).

Muhasebe sektöründe, dijitalleşme birçok fırsat sunarken diğer taraftan muhasebe mesleği için birçok riski de içinde barındırmaktadır. Muhasebe meslek mensupları kayıt tutma ve defter tutma gibi klasik görevleri yerine getirirken dijital dönüşümle bu görevlerin birçoğu dijital teknolojiler tarafından gerçekleştirilmeye başlamıştır. Bu durum muhasebe meslek mensuplarının işsizlikle yüzleşme ihtimalini arttırmaktadır (Çetin, 2022:33).

Dijital Muhasebenin Avantajları ve Dezavantajları

Dijital olarak sistemler insan ürün ve hizmetlerde insan müdahalesi olmadan otomatik olarak bilgilerin üretilmesini sağlamakta, bilgilere gerçek ve tam zamanlı olarak kolay bir şekilde erişim imkânı, insanlar arasında bilginin daha kolay bir şekilde global bazda değişimini sağlamaktadır (Bygren, 2016; Hofmann ve Rüşch, 2017).

Dijitalleşme sayesinde işlemler gelişmiş yazılımlar sayesinde, otomatik olarak kaydedilmekte, takibi sağlanmakta ve raporlanmaktadır. Teknolojik gelişmeler muhasebe uygulamasının elektronik ortama taşınmasını, manuel olarak yapılan birçok işin daha kolay ve daha hızlı yapılmasını sağlamıştır (Erdoğan, 2020). Dijitalleşme süreci muhasebe mesleğinde de özellikle belgelendirme, kayıt, raporlama ve arşiv işlemlerinde önemli değişikliklere yol açmıştır (Şenol, 2022:107).

Dijital muhasebenin avantajları aşağıdaki gibi sıralanabilir (Deshmukh, 2006:10-12);

- Muhasebe faaliyetlerinin hızlı bir şekilde tamamlanması
- Daha geniş coğrafi alana erişim,
- Sürekli hizmet, 7/24 erişim ve iç ve dış müşteri memnuniyetinin daha fazla olması,
- Daha az hata nedeniyle ek işlemlerde sağlanan zaman tasarrufu,
- Azalan muhasebe işleri ve artan verimlilik,

- Alacakların etkili bir şekilde tahsili ve ödemelerin planlı olarak yapılması ile etkin ve verimli bir nakit yönetimi,
- Kağıt ve arşivleme maliyetlerinin azalması,
- Artan güvenlik ve daha iyi denetim olarak sıralanabilir.

Muhasebe alanında yaşanan dijitalleşme son derece hızlı bir gelişim gösterse de bu durum konu ile ilgili eğitimi olmayan muhasebe personelinin zorluk yaşamasına sebep olmuştur. Bu ani olarak gelişen adımlara uyum sağlanması da kolay olmamıştır.

Dijital muhasebe sisteminin oluşturmuş olduğu dezavantajlar aşağıdaki gibi sıralanabilir (Bulut, 2019:44-45; Güney, 2016:347-349);

- Yeterli eğitime sahip olmayan muhasebeci meslek mensupları yoğun bir çaba içine girmekte ve mesleki yetersizlikler sıkıntıya sebep olabilmektedir.
- Kullanılacak dijital programların yazılım ve donanımlarından kaynaklı problemler yaşanabilmektedir.
- Veri kayıtlarından sonra veri kayıpları ortaya çıkabilmektedir.
- Muhasebe meslek mensupları, dijitalleşme konusundaki eksiklikleri nedeniyle stres ve kaygıya düşebilmekte ve bu durum modern meslek hastalıklarına sebep olabilmektedir.
- Güvenlik açığının oluşumundan dolayı riskler oluşabilmektedir.
- Bütçe yetersizliği nedeniyle dijital donanım ve yazılıma erişilememesi riskleri bulunmaktadır.

Dijitalleşme sonrasında muhasebe meslek mensuplarının yaşadıkları bu kaygılı dönem ve yaşanan yetersizliğin çözümüyle ilgili olarak dijital açıdan verilecek olan eğitimlere önemle yer verilmesi gerekmektedir. Böylelikle dijital alanda yaşanan yeniliklerin avantajlarından daha fazla yararlanılabileceği düşünülmektedir (Tsofis, Erişim Tarihi: 01.08.2023)

Dijital Muhasebe Yazılımının Tarihi ve İşlevleri

1950'lerin sonlarına doğru büyük şirketler verilerin işlenmesi konusunda insan kaynağının yetersiz kalmasından dolayı zorluk yaşamaktaydılar. Üstelik verilerin işlenmesi o dönemde oldukça maliyetli bir işlemdi. 1960'ların başlarında ilk muhasebe yazılımları ana bilgisayarlar da çalışabilecek şekilde hazırlanmıştı (Sevim, 2009:119). Veriler “Elektronik Veri Sistemleri” ile basit algoritmalar yoluyla işlenmekteydi (Sangster, 1992:13-32). İlerleyen zamanlarda bilgisayar sistemlerinin muhasebe süreçlerinde kullanılmasıyla bilgi işlem faaliyetleri bilgisayarlarla elektronik ortamlarda yapılmaya başlanmış

(Kaya Benschir, 1996) ve verilerin kaydedilmesi, sınıflandırılması gibi işlemler değişime uğramıştır. Bu durum kâğıt ihtiyacını azaltmış, verimliliğin artmasını sağlamış ve maliyetlerin azalmasına sebep olmuştur. Bilgisayarlı sistemlerin kullanımıyla muhasebe emek yoğun bir durumdan teknoloji yoğun bir duruma geçiş göstermiştir.

1970’li yıllara gelindiğinde muhasebenin bilişim teknolojisindeki ilerleme ve gelişime paralel bir değişim gösterdiği söylenebilir. İlk muhasebe yazılımlarının ortaya çıkmaya başladığı bu yıllarda, bilgisayar teknolojilerindeki gelişmelerle işlemler daha hızlı yapılmaya başlanmış ve bilgisayarların fiyatlarının düşmesiyle kullanımı yaygınlaşarak işletmecilik-muhasebe alanında yoğun olarak kullanılmaya başlanmıştır. Daha sonra çip teknolojisinin gelişmesiyle yazılım teknolojisi gelişmiş, iş yapış süreçleri daha verimli hale gelmiş ve yeni otomasyon sistemleri kullanılmaya başlamıştır (Bayrak, 2014). Bu gelişmelerle yazılım programları sayesinde yevmiye defteri, defter-i kebir, envanter, muavin ve kasa defterleri gibi kayıtlar otomatik olarak yapılmaya başlamıştır (Şenol, 2022:108).

1990’lı yıllara gelindiğinde, yazılımda yaşanan gelişmelerle Disk İşletim Sistemi (DOS) kullanan bilgisayarlar yerini Grafiksel Kullanıcı Arayüzü’ne (GUI) olarak sağlayan Windows’a bırakmıştı (Sevim, 2009:125). Bu dönemde yaşanan önemli olaylardan biri de iletişim telekomünikasyon sistemleri ile bilgisayarların bütünleşmesi olmuştur (Şenol, 2022:108). İlk zamanlar çok az sayıda muhasebeci tam anlamıyla GUI ve Windows sistemlerini kavrayabiliyordu. Çünkü daha önce çıkan muhasebe yazılımları sonradan çıkan Windows sistemleriyle uyumlu değildi ve bunların eğitimleri bir hayli maliyetliydi. Windows sisteminden sonra piyasaya çıkan muhasebe yazılımları ucuz, Windows ile tutarlı ve standart arayüzlere sahip olmakla birlikte kullanıcılar için de kolay bir eğitimden sonra kullanılabilmekteydi (Sevim, 2009:125). Teknolojide yaşanan tüm bu gelişmeler ofis ortamlarında bilgisayarların yaygınlaşmasını sağlamıştır (Anandarajan vd., 2004:15). Ayrıca bu gelişmeler muhasebe alanında verimliliğin artmasına büyük katkılar sağlamıştır.

2000’li yıllarda internet ve www’nin yaygınlaşmasıyla birlikte gelecekte uygulamalara yön verecek bir paradigma ortaya çıkmış ve muhasebe yazılımlarının işlevselliği, e-ticareti de kapsayacak şekilde genişletilmiştir (Sevim, 2009:128). Günlük olarak muhasebelerde paket programlar yoğun şekilde kullanılmaya başlanmıştır. Manuel yapılan birçok mali işlem muhasebe programları sayesinde daha hızlı güvenilir bir şekilde bilgisayarlar tarafından yapılabilir hale gelmiştir. Eskiye göre bilgilere ve muhasebe kayıtlarına çok kısa sürede ulaşılabilir olunmuş, geleneksel yöntem olan defter tutma işleminden

uzaklaşmış ve dijital muhasebe değerlendirilmiştir (Arslan ve Karkacier, 2019:430-442).

2000'li yıllarla gelindiğinde Uluslararası Finansal Raporlama Standartlarının Dünya'da hızla yaygınlaşmasıyla, dijital teknolojiler ve yapa zekâ alanında büyük bir gelişim yaşanmıştır. Teknolojik gelişmelerle birlikte vergi odaklı raporlamanın yanı sıra bilgi amaçlı raporlama da ön plana çıkmıştır (Yücel ve Adiloğlu, 2019:47-60). Yapay zekayla birlikte insan oğluna has özellikler olan öğrenme ve problem çözme bilgisayarlar tarafından yerine getirilmeye başlanmıştır. Bununla birlikte insanoğlu gibi düşünen bilgisayarlar, birçok alanda olduğu gibi muhasebede de önemli değişimlere sebep olmuştur. Muhasebe mesleği artık teknoloji odaklı unsurları içeren ve teknolojiye hakim olmayı gerektiren bir meslek olmuş ve dijital muhasebe okuryazarlığı muhasebe meslek mensupları tarafından zorunlu olarak kabul edilmesi gereken bir durum haline gelmiştir (Şenol, 2022:111).

Günümüzde ise artık muhasebe yazılımları arasında ayırım yapmak söz konusu değildir. Muhasebe yazılımları, entegre işletme bilgi sistemleri ya da muhasebe finans modellerine sahip Kurumsal Kaynak Planlaması (Enterprise Resource Planning-ERP) sistemleri noktasına gelmiştir (Sevim, 2009:45). İşletmelerde eş zamanlı olarak gerçekleşen farklı işlemlerin kurum bünyesinde takibi ve bilgi paylaşımı ERP sistemleri üzerinden yürütülmektedir (Banerjee, 2018). Ayrıca Visual basic, Visual FoxPro, C, C++, JAVA, gibi programlama dilleri diğer nesnel ve web tabanlı diller muhasebe bilgi sistemi yazılımlarının geliştirilmesine yaygın olarak kullanılmaktadır (Deshmukh, 2006:25-27).

ERP Kavramı ve Sağlık Kurumlarında ERP

Kurumsal kaynak planlaması (ERP), kuruluşların muhasebe, risk ve proje yönetimi, satın alma ve tedarik zinciri gibi günlük faaliyetlerini yönetmek için kullandığı bir yazılım türü olarak ortaya çıkmıştır. (Gartner, Erişim Tarihi: 03.08.2023). ERP, 1960'lı yıllarda malzeme ihtiyaç planlaması (MRP) olarak piyasada yerini almış daha sonra geliştirilerek MRP II olarak kullanılmaya başlanmıştır (NGAI, et al., 2008:548-564).

1980'li yıllara gelindiğinde ise işletmeler teknolojinin getirdiği avantajlardan yararlanmak için bu teknolojileri satın almaya başlamış ve envanterin hareketini eş zamanlı mali faaliyetle birleştirebilmişlerdir. Üretim kaynakları planlaması (MRP II) sistemleri, finansal muhasebe sistemleri ve finansal yönetim sistemleri imalat ve malzeme yönetim sistemleri ile paralel olarak gelişmiştir. (Ptak, Schragenheim, 2000:9).

Günümüzde, son teknoloji ERP sistemleri, envanter ve malzeme yönetimi, satın alma, muhasebe ve finans, satış planlama, müşteri ilişkileri yönetimi, insan

kaynakları, sağlık kurumları gibi birçok sektörde yaygın olarak kullanılmaktadır (NGAI, et al., 2008:548-564).

ERP sistemleri ve yazılımları bilgisayar donanımının gelişimiyle her on yılda kendini yenilemiş ve yeni ERP yazılımları geliştirilmiştir. Bu gelişmeler ışığında ERP sistemleri farklı işlevlerin tek bir yazılım paketinde entegrasyonuna evrilmiş ve muhasebe programlarıyla entegre sistemler kullanılmaya başlamıştır. Sonuç olarak küçük işletmeler haricinde salt muhasebe programları kullanılmamaya başlamıştır (Yalçın, 2022).

ERP sistemleri sayesinde, muhasebe personelinin bilgiye daha hızlı ve etkin bir şekilde ulaşabilme, daha verimli faaliyetlerde bulunabilme imkânı doğmuştur (Turan, 2011:256). Ayrıca muhasebe standartları, tek düzen hesap planı ve bilgisayar yazılımlarında yaşanan gelişmeye paralel olarak başlangıçta bilgileri kaydetme ve bilanço hazırlama gibi daha az karmaşık süreçleri içeren paket programları, finansman, bütçeleme, üretim ve maliyet muhasebesi gibi daha karmaşık işlemleri yapabilir hale gelmiştir. Bu gelişmeler muhasebe mesleğini ve dolayısıyla muhasebe bilgi sisteminin bir karar destek sistemine dönüşmesini sağlamıştır (Sürmen ve Daştan, 2007:1-26).

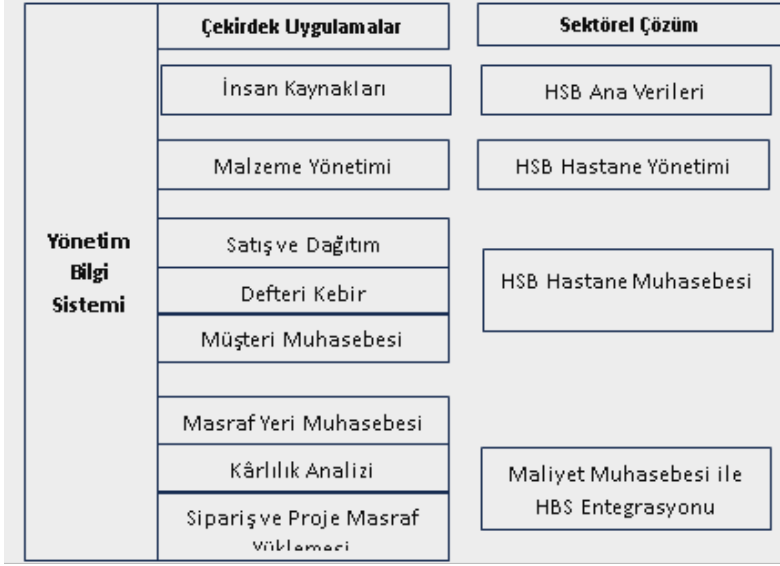
Finansal muhasebe, insan kaynakları, satın alma, vb. iş süreçlerinde elde edilen bilgiyi doğrudan diğer birimlerle anlık olarak paylaşan ERP sistemi, işletmelerin bilgi teknolojilerini verimli ve etkin bir şekilde kullanmasını sağlayan yazılımlardan meydana gelmektedir (Gönen ve Rasgen, 2016:15-33). Diğer bir ifade ile ERP, işletmenin tüm bölümleri arasında bir bağ kurarak, veri girişi ve çıkışlarını sağlayan yazılım paketleridir. İşletmenin bölümlerini tek bir veri tabanına toplayarak bütün çalışanların ortak veri paylaşımına imkân sağlayan bilgisayar sistemlerdir (Palancı, 2013).

ERP sistemlerinde yer alan temel işlevler; Üretim, Mali işler, Dağıtım, İnsan Kaynakları, Satış, Malzeme Yönetimi, Satın Alma, Kalite, Bakım ve Proje Yönetimi olarak sıralanabilmektedir. Bunun yanında ERP sistemleri, sağlık kurumlarının yönetimi, üniversitelerde öğrenci yönetimi gibi sektöre özel işlevlere de sahiptir (Palancı, 2013). Son yirmi yılda yaşanan teknolojik gelişmelerle birlikte, ERP sistemi etkili ve verimli bilgi yönetimi için en iyi teknolojik çözümlerden biri olmuştur (Francoise vd., 2009:371-394).

ERP sistemleri günümüzde birçok sektörde olduğu gibi sağlık sektöründe de sıklıkla kullanılmakta ve işletmelere çok yönlü kolaylıklar ve avantajlar sağlamaktadır. Örneğin; yapılan bir çalışmada Suudi Arabistan'daki özel hastanelerdeki ERP sistemleri araştırılmıştır. Araştırma sonucunda; hastanelerin %83'ünün ERP kullandığı tespit edilmiştir. Hastanelerin %77'sinin ERP sistemleri sayesinde harcamalarının azaldığı ve gelirlerinin artış gösterdiği belirtilmiştir (Gönen ve Rasgen, 2016:15-33). Sağlık kurumlarında ERP

kullanımı ile ilgili temel amacın performansı arttırarak ve tıbbi hataları en aza indirerek kaliteli sağlık hizmeti vermek olduğu söylenebilir (Abukhader, 2015:77-88).

ERP sistemleri işlem maliyetlerini azaltmayı ve hastalara daha iyi hizmet sunmak isteyen hastanelere çözümler sunmaktadır. Aşağıda verilen Şekil 1’de ERP sistemlerinin sunduğu çekirdek uygulamaların üzerine yüklenen sağlık eklentisiyle Hastane Bilgi Sistemlerinin entegre kullanımı gösterilmektedir.



Şekil 1: HBS Sektörel Çözümü ile ERP Çekirdek Bileşenleri Entegrasyonu

Kaynak: Özoğul (2008), Kurumsal Kaynak Planlaması Sistemlerinin Değerlemesinde Reel Opsiyon Yaklaşımı: Hastane Bilgi Sistemi Uygulaması.

Bir hastanenin yönetimi, mal ve hizmet esnasında oluşan mali, idari ve tıbbi süreçlerin öngörülen biçimde yürütülmesini sağlamak amacıyla kullanılan yazılım ve donanımların tümüne Hastane Bilgi Sistemi (HBS) denilmektedir (Özoğul, 2008:81-84).

HBS’nin bir sağlık kurumu için sağladığı kazanımlar başlıklar halinde aşağıdaki gibi sıralanabilir (Özoğul, 2008:85-87);

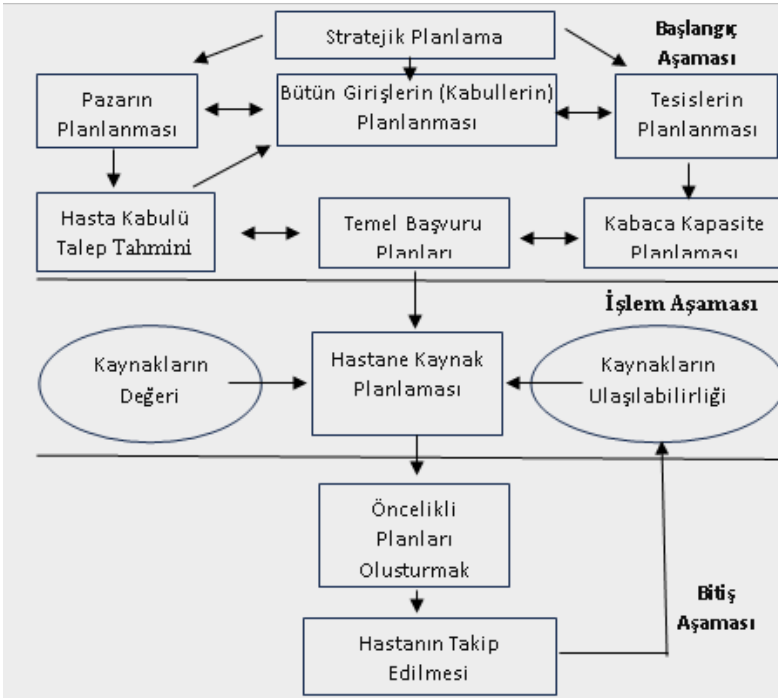
- Kaynak ve zaman planlama,
- Hasta yönetimi ve hizmetleri,
- Tıbbi dokümantasyon ve faaliyetler,
- Önleme, bakım ve bakım sonrası planlama,
- Kodlama ve fiyatlandırma kontrolü,
- Olgu maliyetlendirme ve kontrolü,

- Fatura ve ödeme işlemleri,
- Bütçe yönetimi,
- Personel yönetimi,
- Lojistik destek,
- Sağlık sektörüne özgü analizler, raporlama ve istatistikler,
- Partner ilişkileri yönetimi,
- Kurum yönetimi ve destek

konularında sağlık kurumlarına katkı sağlamaktadır.

Kısaca HBS, sağlık sektörünün ihtiyaçlarına göre donatılmış ve genişletilmiş ERP sistemleri olarak ifade edilebilir. Bu sistemler bir sağlık kurumunun kesintisiz, kaliteli ve hızlı sağlık hizmeti sunabilmesi için sağlık kurumuna gerekli altyapıyı sağlamaktadır. Ayrıca maliyetlerin minimize edilmesi noktasında birçok farklı şekilde katkı sağlamaktadır.

Sağlık Kurumlarında ERP'ye; Roth ve Van Dierdonck (1995) tarafından yapılan sağlık kurumları için bir ERP planlama çerçevesi oluşturan aşağıda Şekil 2'de yer alan çalışması örnek olarak verilebilir.



Şekil 2: Hastanelerde Kurumsal Kaynak Planlaması (ERP)

Kaynak: Roth ve Dierdonck (1995), Hospital resource planning: concepts, feasibility, and framework. Production and Operations Management.

Şekil 2'de görüldüğü üzere, hastanelerde ERP sistemleri üç aşama incelenmiştir. İlk aşamada stratejik planlama ile sürecin başladığı, bütün hasta kabullerinin, tesislerin ve pazarın planlandığı görülmektedir. Sonrasında hasta kabulü talep tahminin yapıldığı; tesislerin başvuru planlaması ve kapasite planlamasının görülmektedir. İkinci aşamada, hastane kaynak planlamasının olduğu ve kaynakların değerinin ve ulaşılabilirliğinin de bu planlama üzerinde etkisinin olduğu belirtilmiştir. Son olarak üçüncü aşamada ise hastane kaynak planlamasına bağlı olarak öncelikli planların oluşturulduğu ve hastanın takibinin yapıldığı ifade edilmiştir.

Sağlık kurumlarında ERP kullanımında Türkiye'ye bakıldığında, ERP uygulamasının sadece birkaç özel sağlık kuruluşunda kullanıldığı görülmektedir (Sevim ve diğ., 2018). Çoğunlukla ise ERP sistemiyle entegre HBS sisteminin kullanıldığı söylenebilir.

Medikal Muhasebe ve E-Muhasebe Uygulamaları

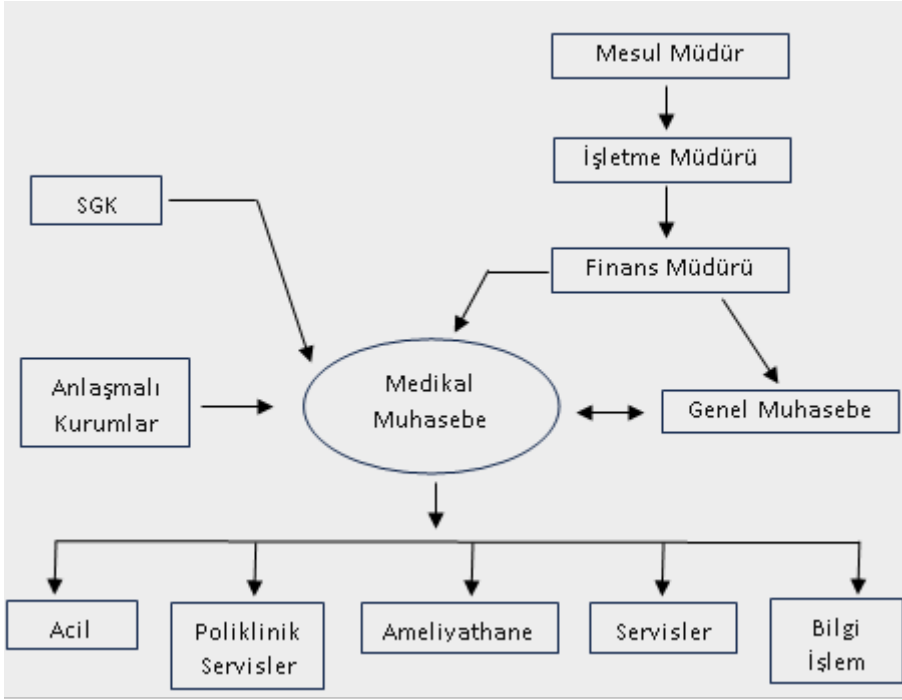
Medikal Muhasebe

Sağlık işletmelerinde finansal muhasebe sistemi, kamu kurumları ve yatırımcılar gibi sağlık işletmesi dışındaki kişi ve kurulumlara, sağlık işletmesinin finansal yapısıyla ilgili bilgiler vermeyi amaçlayan, çeşitli alt sistemleri de içeren muhasebe sistemidir. Ayrıca farklılaşan bir alt sisteme sahiptir. Bu farklılıklar sağlık kurumunda uygulanan bütçeler ve taşınır mal kayıt sistemindeki farklılıklardan meydana gelmektedir. Kamu sağlık kurumlarında muhasebe alanıyla ilgili departmanlar gelir ve gider tahakkukları, vezneler ve taşınır yetkili birimler ve maaş mutemetliğinden oluşmaktayken, özel sağlık kurumlarında medikal muhasebe ve finans departmanının muhasebeyle ilişkili işlemleri gerçekleştirmesi şeklinde oluşmaktadır (Sayım, 2016:676). Diğer taraftan medikal muhasebenin temelde bir muhasebe dalı olmayıp; finansal muhasebe uygulamalarının sağlık kurumlarında yürütülmesini sağlayan bir alt muhasebe dalı olduğu belirtilmektedir (Bozdemir, 2019:9).

Sağlık kurumlarından hizmet alımı sonucunda oluşan maliyetlerin SGK'ya fiyatlandırılmasını, fatura edilip takibinin yapılmasını, tahsilini sistematik olarak izleyen muhasebe departmanının gerçekleştirdiği işlemlere Medikal Muhasebe denilmektedir (Kördeve, 2017:1-13). Medikal muhasebe kazanç sağlamak için gerçekleştirilen hizmet sunum faaliyetlerinin muhasebeleştirilmesi ve gelirlerin doğru bir şekilde tahakkuk ettirilmesi sürecini kapsamaktadır (Artık ve Yılmaz, 2021:34-42).

Medikal muhasebe işlemleri hizmet alan kişinin oluşturulan profili yoluyla, gerek poliklinik gerek yataklı tedavi olsun tüm hizmetlerini kapsayan bir süreçtir. Ayrıca kaydı yapılan mal veya hizmetlerin denetlenmesini, tüm

işlemlerin hatasız bir şekilde faturalandırılmasını, eksik ve hatalı işlemlerin olması durumunda da düzeltilmesini sağlamaktır (Akkuyu, 2020:49).



Şekil 3: Medikal Muhasebe İş Akış Şeması

Kaynak: Kördeve, (2017), Sağlık Ödemelerinde Yeni Bir Kavram: Medikal Muhasebe.

Medikal muhasebe biriminin ve uzmanının farklı ama kendi içinde bir bütün oluşturan görevleri bulunmaktadır. Bu görevler hastanın sağlık kuruluşuna gelmesinden taburcu olmasına kadar geçen karmaşık bir süreci kapsamaktadır. Medikal muhasebe uzmanı hizmet alımı sonucu oluşan gideri SGK'ya tahakkuk ettirmekle birlikte anlaşmalı kurumlar, iş kazaları, hekim sözleşmeleri, özel sigortalar ve daha birçok görevden sorumludur (Kördeve, 2017:1-13). Yukarıda Şekil 3'te görüldüğü üzere medikal muhasebenin iş süreçleri verilmiştir. Bu süreçler esas olarak, bilgi işlem, satın alma, eczane, yatan hasta ve ameliyathane, poliklinik acil servis, genel muhasebe iş süreçlerinden ve finans müdürlüğüne bağlı iş süreçlerinden oluşmaktadır. Genellikle faturalama ve takibinin yapıldığı medikal muhasebe birimlerine bazı sağlık kurumlarında yönetsel işlevlerinde de yüklendiği görülmektedir (Sır, 2017:89).

Gün geçtikçe artan sağlık hizmeti maliyetlerinin de etkisiyle medikal muhasebe daha da önemli hale gelmektedir. Hem özel sağlık kurumlarının ceza almaması veya cezai işlemlerini minimuma indirmek hem de SGK'nın

işleyişine kolaylık sağlamak için, medikal muhasebe uzmanının bu alanda daha da uzmanlaşması gerektiği söylenebilir (Kördeve, 2017:1-13). Cezai işlemlerden kaçınılması ve medikal muhasebenin yerine getirdiği işlevlerin en az hatayla yürütülebilmesi için, sağlık kurumlarının personel seçiminde özenli davranması, uzman personel yetiştirmesi, teorik olarak donanımlı ve pratikte ise uygulamaya yönelik personelinin desteklemesi gerektiği söylenebilir (Nazlıoğlu, 2020:533-550).

E-Muhasebe Uygulamaları

Günümüzde bilişim teknolojilerindeki gelişimin ve yaygın kullanımının etkisiyle her alanda olduğu gibi muhasebe sürecinde de önemli bir dönüşüm yaşanmaktadır. Bu süreçte de E-muhasebe uygulamaları hayatımıza girmiştir (Kurtcebe ve Utku, 2020:75-84). E-uygulamaların birçok önemli faydası bulunmaktadır. Örneğin, çok daha düşük maliyetle fatura düzenleme ve gönderme, fatura kabul gibi işlemler yapılabilmektedir. Üstelik minimum hatayla faaliyetlerin yürütülmesine ve kağıt faturadan tasarruf edilmesine de imkân vermektedir (Ortega, 2012:15-30). Buna ek olarak arşivlemenin dijital ortama aktarılması, kontrol ve denetimin kolay ve hızlı bir şekilde yapılabilmesi, ödeme sürelerinin kısılması, belgelere anlık ulaşım gibi avantajları da bulunmaktadır (Yanık ve Karadaş, 2013:136). Ayrıca Türkiye’de mükelleflerin vergi kanunlarına uyumlarının artırılmasıyla kayıt dışılığın izlenerek önlenmesi amacıyla E-Fatura kullanma ve elektronik defter tutma zorunluluğu getirilmiştir (VUK, No: 421).

Türkiye’de kullanılan başlıca E-Fatura, E-Defter, E-Bilet, E-Yolcu listeleri gibi E-muhasebe uygulamaları ve elektronik ortamdaki diğer uygulamalara değinilecektir.

E-Fatura: E-Fatura, Vergi Usul Kanunu (VUK) ve Türk Ticaret Kanunu (TTK)’ na göre, zorunlu olarak tutulması gereken faturaların, elektronik ortamda oluşturulup kaydedilip, arşivlenmesine ve gerektiğinde sunulabilmesine olanak sağlayan bir sistemdir (Kara ve Yılmaz, 2017:253-268). E-Fatura, Türkiye’de VUK 397 sıra no.lu tebliği ile muhasebe hayatına girmiş ve 05.03.2010 tarihi itibarıyla uygulamaya başlanmıştır. VUK göre bir faturada olması gereken tüm bilgilerin yer aldığı, iletişiminin merkezi bir platform aracılığıyla gerçekleştirildiği elektronik bir belge türüdür (E-fatura.gov, Erişim Tarihi: 01.08.2023).

E-fatura uygulaması; mal ve hizmetin teslim ve ifası sırasında satıcı tarafından alıcı adına düzenlenen faturanın, müşterisine teslim edilmesi, E-fatura olarak düzenlenerek iletilmesi, saklanması ve istenildiğinde ibrazını

sağlamaktadır. Budan dolayı E-Faturanın üretildiği şekilde muhafaza ve ibraz edilmesi gerekmektedir (Şalcı, 2021:34).

E-Fatura uygulaması başvuru işlemleri elektronik imza araçlarıyla elektronik ortamda yapılabilmektedir. E-Fatura uygulamasına kayıt yapan kullanıcılar; sistemde kayıtlı kullanıcılara E-Fatura gönderebilir, ve kayıtlı olanlardan E-Fatura alabilir, E-Faturaları indirebilir, muhafaza ve istendiğinde ibraz edebilirler (E-fatura.gov, Erişim Tarihi: 01.08.2023).

E-Fatura uygulamasının, kağıt maliyetinin azaltılması, verilerin depolanarak raflara koyulmasının önüne geçilmesi, gönderici ve alıcı arasındaki sorunların büyük ölçüde ortadan kalkması, bilgilerin hızlı ve güvenli bir şekilde iletimi, yasal mevzuat ve vergi denetiminin bilgisayar ortamında daha işlevsel hale gelmesi ve sistem entegrasyonunun kolay sağlanması hususunda avantajları bulunmaktadır. Diğer taraftan her kurumun bu uygulamaya geçememiş olması, işletmelerin bu sisteme hazır olmaması ve bu yeni sistemin öğrenilmesi maliyetleri E-Fatura uygulamasının dezavantajlarını oluşturmaktadır (Kaplan, 2021:21).

E-Arşiv Fatura: GİB tarafından e-arşiv fatura düzenleme yetkisi alan kurumların, E-Fatura uygulamasına kayıtlı olmayan kağıt fatura düzenleyenlere veya vergi mükellefi olmayan nihai tüketicilere düzenleyecekleri faturaların elektronik ortamda E-Arşiv Fatura olarak oluşturulan belgedir. Ayrıca kağıt ya da elektronik olarak iletilebilirler. Satıcıya ait fatura nüshası ise elektronik ortamda saklanarak gerektiğinde ibrazı yapılabilen elektronik bir belgedir (Şalcı, 2021:42).

Vergi Usul Kanunu genel tebliğinin 433. maddesine göre internet üzerinde ürün ve hizmet satışı yapan, yıllık 5 milyon TL ciroya çıkan işletmeler gelir vergisini bildirdikleri yılı takip eden yıldan itibaren elektronik arşiv mükellefi olmak zorundadır. Bunun yanında 64 tüzel kişiliklerin mali mühre, gerçek kişilerin ise elektronik imzaya sahip olma zorunluluğu vardır (Mevzuat.gov, Erişim Tarihi: 03.08.2023).

Muhasebe sistemi açısından elektronik arşivin temel amacı, kâğıt olarak düzenlenen, depolanan ve gerektiğinde ibraz edilmesi zorunluluğu olan faturaların elektronik ortamlarda düzenlenmesi, saklanması ve yine gerektiğinde ibrazını dijital olarak sunmaktır (Elçin vd., 2018:13-42).

E-Defter: Vergi, gelir ve nüfus bilgilerinin kayıtlarının tutulduğu resmi belgedir (TDK, 2019). E-Kayıt; elektronik ortamda tutulan ve elektronik defter ve belgeleri oluşturan, elektronik yöntemlerle erişime ve işlenmeye olanak tanıyan en küçük bilgi ögesidir. E- Defter ise şekil hükümlerinden bağımsız

olarak VUK'a veya TTK'ye göre tutulması zorunlu olan defterlerde yer alması gereken bilgileri kapsayan elektronik kayıtlar bütünüdür (Tektüfekçi, 2016:224).

Mükelleflerin kullandığı farklı yazılımlar ve muhasebe programları tutulan defterlerin standardizasyonunu ortadan kaldırmışken E-Defter uygulamasıyla birlikte defterler standart bir hale gelmiş ve muhasebe kayıtları dijital bir veri haline dönüştürülmüştür.

E-Beyanname: Beyannamelerin internet üzerinden doldurulmasına ve iletilmesine imkân tanıyan elektronik bir hizmet olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2020). Türkiye'de 2004 yılında 'İnternet Vergi Dairesi' adresi kullanılarak gönüllü olarak yapılan e-beyanname uygulaması 2005 yılında zorunlu hale getirilmiştir ve günümüzde elektronik beyanname uygulaması resmi olarak zorunlu kullanılmaktadır (Alpaydın, 2016:60).

Genel olarak E-Beyanname'lerin temel amacının mükelleflerin vergilendirmeye yönelik görevlerini gelişen bilgi işlem teknolojilerinden yararlanarak vergi beyannameleri bildirimlerini, hızlı, kolay, düşük maliyetli ve güvenilir bir şekilde ilgili birimlere ulaştırmasını sağlamak olduğu söylenebilir.

E-Beyanname uygulaması ile; Türkiye'de her yıl ortalama 6 bin ton kağıt tasarruf edilmekte, 117 bin ağaç kesilmekten kurtulmaktadır. Ayrıca mürekkep ve işgücünden tasarruf sağlanarak vergi dairelerinde yıllık ortalama 14.000 işgücü tasarruf edilmektedir. Ayrıca depolama maliyeti ortadan kalkmakta ve vergi dairelerine gitmek zorunda kalmayan mükellefler için yıllık ortalama 1,5 milyon işgünü tasarruf edildiği düşünülmektedir. (Atuğ, 2019:6)

E-Denetim: Elektronik bilgi ortamının varlığı, genel olarak denetimin amaç ve kapsamını değiştirmemiş fakat denetim sürecinde ve anlayışında değişimlerin yaşanmasına neden olmuştur. Bilgisayar içinden denetim yaklaşımıyla birlikte, elektronik kanıtlar gibi bilgisayar ve internet tabanlı uygulamalar hayatımıza girmiştir (Selvi vd., 2005:1).

E-Denetim uygulaması, dijital uygulama sistemlerindeki gizliliğin sağlanması, güvenilirliğin oluşturulması, durum kontrollerinin yapılması ve sistem açığının giderilmesine yönelik yeterliliği ve etkinliği sağlayan denetim şekli olarak tanımlanabilir. E-Denetimin amacının yapılan işlemlerdeki IP denetimi, verilere erişim noktasına kısıtlama veya sadece yetkili kişilerle paylaşımı, verilerin onaydan geçmesi ile elektronik imza kontrollerinin yapılması, şifreleme, depolama gibi kontrol mekanizmaları ile dijital güvenliği sağlamak olduğu söylenebilir (Acar vd., 2016:1561-1571).

E-Denetim uygulamasının en büyük avantajının yer ve zamandan bağımsız denetimcilerin olmasıdır. Diğer taraftan günümüzde E-denetim uygulamaları geliştirilmeye devam edilmekte ve diğer birçok ticari belge ile de standardizasyon sağlayacak sistemler kurulmaya çalışılmaktadır.

E-Tebliğat: Türkiye’de E-Tebliğat uygulaması ‘Gelir İdaresi Başkanlığı’ tarafından 2015 yılında kurulmuş, 2016 yılında ise uygulanmaya başlanmıştır. E-Tebliğat sistemi PTT kurumu üzerinden faaliyete geçirilmiştir. Tebliğ, bir kişi veya kurum hakkında hüküm belirteceği bir yazının karşı taraftaki kişi veya kuruma önceden belirtilmesi, aktarılması anlamına gelmektedir (Arslan ve Biniş, 2016:300-317). E-Tebliğat ise tebliğatı yapacak birim tarafından düzenlenen bildirinin elektronik olarak mükellefin yine elektronik adresine tebliğ edilmesini ifade etmektedir (GİB, 2023).

Mükelleflerin E-Tebliğat’ta bulunabilmesi için ilgili kuruma bildirimde bulunması ve E-Tebliğat adresine sahip olması gerekmektedir. Ayrıca mükelleflerin kendi gruplarına göre farklı bildirimlerde bulunması gerekmektedir. Yasal düzenlemeye bakıldığında ise ‘Kurumlar Vergisi Mükelleflerinin Yükümlülükleri’, ‘Gelir Vergisi Mükelleflerinin Yükümlülükleri’ ve ‘İnternet Vergi Dairesi Üzerinden Gerekli Bilgileri Edinme Yükümlülükleri’ olarak farklı başlıklarda yükümlülüklerin bulunduğu görülmektedir (Arslan ve Biniş, 2016:300- 317).

E-Tebliğat sisteminin; bilgi güvenliği ve kişisel verilerin korunması, güvenilirlik konusunda faydaları olmaktadır. Ayrıca elektronik ortamda yapıldığı için gönderimi hızlıdır ve ihtilafa yer bırakmamaktadır. Son olarak tebliğat sistemindeki maliyetlerin büyük oranda azaltılmasına katkı sağlamaktadır (GİB, 2023).

E-Kayıt: İşletmeyle ilgili ekonomik etkinliklerin belirlenmesini, parasal karşılığını ve parayla ifade edilen işlemlerin sonuçlarını sistematik bir şekilde kayıtlanmasını sağlayan muhasebenin kayıtlama işlevi olarak adlandırılmaktadır. Çoğunlukla bir belgeye dayandırılarak ilk olarak yevmiye defterine kaydedilmektedir. Ardından yevmiye defterine yapılan kayıtlardan hareketle işlemde meydana gelen her bir değişim ilgili hesaplarda sınıflandırılmakta ve son olarakta büyük defter hesaplarında yapılan sınıflandırmadan yararlanılarak bu veriler özetlenmekte ve bilgi elde edilmektedir (Cemalcılar ve Önce, 1999:2-3). Bu bilgilerin dijital ortamda manyetik alanlarda kayıt altına alınmasına ise dijital kayıt (E-Kayıt) denilmektedir.

Vergi Usul Kanunu genel tebliğinde yer alan 242. maddeye göre kâğıt olarak hazırlanan, düzenlenen, depolanan belgelerin yerine aynı içeriğe sahip elektronik kayıtların oluşturulması, kayıt altına alınması, depolanması ve ilgili yerlere ibrazı E-Kayıt olarak adlandırılmaktadır. Tebliğe göre bilanço esasına göre defter tutan mükellefler ile ticari ve zirai kazanç seansına göre defter tutan mükellefler dijital kayıt sisteminden yararlanabilmektedir. Ayrıca E-Kayıt sisteminin en büyük avantajının, düzenlenen defter ve belgelerde kayıtların değiştirilmesi, silinmesi veya tekrar düzeltilmesine izin vermemesi olduğu söylenebilir (Yetkiner, 2006).

E-İrsaliye: Tüm mal hareketlerinin elektronik olarak izlenmesi amacıyla kâğıt ortamda düzenlenen sevk irsaliyesi yerine geçen, elektronik olarak iletilip muhafaza edilen bir belgedir. Üstelik kâğıt ortamda düzenlenen sevk irsaliyesinin tüm hukuki niteliklerine sahiptir (VUK 509, 2019).

E-Fatura'yla birlikte düzenlenen yardımcı belge olarak kullanılan e-İrsaliye uygulaması, isteğe bağlı olarak zorunluluk esaslı olmaksızın 01.01.2017 tarihinden itibaren uygulamaya geçmiştir (Tektüfekçi, 2017:79-88).

E-İrsaliyenin malın fiili sevkinden önce düzenlenmesi ve GİB sistemlerine başarılı olarak iletilmesi malın fiili sevki için yeterli olmakla birlikte malın sevki sırasında E-İrsaliyenin bir örnek kâğıt çıktısının bulundurulması ya da elektronik olarak görüntülenmesinin sağlanması zorunludur. E-İrsaliye uygulamasına kayıtlı olmayan alıcının E-İrsaliyenin kâğıt çıktısını talep etmesi halinde söz konusu kâğıt çıktı üzerinde ıslak imza ya da kaşe bulunması gerekmektedir (Kurtcebe ve Utku, 2020:75-84).

E-Bilet: Kara, deniz, hava yolları biletleri, tiyatro, sinema vb. olarak düzenlenen biletlerin bileti satın alanın talebine göre kâğıt veya elektronik ortamda gönderilmesine olanak sağlayan, bu işlemlerin yolcu listesinin elektronik ortamda oluşturulması ve muhafaza edilmesine olanak sağlayan, istendiğinde de elektronik olarak ibrazının yapılmasına imkân veren GİB'e elektronik ortamda iletilebilen veya raporlanmasını sağlayan belge türüdür (Şalcı, 2021:51).

Elektronik bilet sistemini kullanmak isteyen mükelleflerin taşınması gereken şartlar tebliğe göre aşağıdaki gibi sıralanmaktadır (VUK 415, 2012):

- Tüzel kişiliğe sahip mükellefler E-Fatura uygulamasını kullanıyor olmalıdır. Gerçek kişilerin ise elektronik imza yetkisi bulunmalıdır.
- Uygulamayı kullanacak gerçek ve tüzel kişilerin elektronik olarak bilet sunabilmesi için gerekli tüm hazırlıkları yapmaları ve tüm alt yapı sisteminin tamamlanmış olması gerekmektedir.

- E-Biletlerde düzenleyen kişinin adı-soyadı, kurumdaki unvanı, adres bilgileri ve bağlı olduğu vergi dairesi veya T.C. kimlik numarasına yer verilmelidir.

Tebliğe göre E-Biletlerin, elektronik sertifikayla imzalanması ve muhatabın talebi doğrultusunda çıktısı alınabilecek şekilde sunulması gerekmektedir. Ayrıca elektronik ortamda oluşturulan yolcu listesinin kâğıt nüshalarının sefer sonuna kadar taşıtta bulundurulması gerekmektedir (Kurtcebe ve Utku, 2020:75-84).

E-Serbest Meslek Makbuzu: Elektronik serbest meslek makbuzu, Gelir İdaresi Başkanlığınca belirtilen şartlar çerçevesinde serbest meslek makbuzunun dijital olarak hazırlanması, korunması, raporlanması ve talep edildiğinde ibrazını kapsayan elektronik uygulama olarak tanımlanmaktadır. Elektronik serbest meslek makbuzundan yararlanmak için mükellefler, www.efatura.gov.tr adresinde hizmette olan GİB portalına veya kullanmış oldukları bilgi işlem sisteminin bakanlık sistemi ile entegre edilmesi ne ihtiyaç duymaktadır (Tektüfekçi, 2018:358-376).

Elektronik ortamda düzenlenen serbest meslek makbuzu yeni bir belge türü olmayıp, kâğıt olarak düzenlenen serbest meslek makbuzu ile aynı hukuki niteliğe sahip bir belgedir (Şalcı, 2021:51).

Elektronik Serbest Meslek Makbuzu kullanmak için başvuruda bulunan mükelleflerin başvuruda bulundukları tarihi takip eden üç ay boyunca hem elektronik hem de kâğıt ortamında makbuz düzenlemelerine izin verilmektedir. Ancak üç ayın sonunda mükellefin serbest meslek makbuzunu kâğıt olarak değil elektronik olarak düzenleme zorunluluğu başlamaktadır (Erdem, 2018:109).

E-Müstahsil Makbuzu: Müstahsil makbuzu, gerçek usulde defter tutan çiftçilerin, defter tutmayan çiftçilerden yaptıkları mal alışları sebebiyle düzenledikleri belgelerin elektronik ortamda e-müstahsil makbuzu olarak düzenlenerek, kâğıt ve elektronik belge olarak muhafaza ve talep edildiğinde ibraz edilmesiyle GİB’ e elektronik ortamda iletilebilmesi veya raporlanmasına imkan ve olanak sağlayan belge türü türüdür (Şalcı, 2021:50).

Müstahsil makbuzunun elektronik ortamda düzenlenmesi, özellikle tarımsal ürünlerde fiyat manipülasyonlarının önlenmesi açısından tebliğin getirdiği önemli bir yenilik olmuştur (Kurtcebe ve Utku, 2020:75-84).

“E-Müstahsil makbuzu üzerinde bulunması gereken bilgiler; malı satın alanın adı soyadı veya varsa unvanı, vergi dairesinin bilgisi, vergi kimlik numarası/T.C. kimlik numarası ile adresi, e-belgenin düzenleme tarihi, saati ve

dakikası gösterilerek düzenlenme zamanı ve belgenin numarası, malı satanın adı ve soyadı, VKN ve T.C. Kimlik numarasıyla ikametgah adresi, müstahsil makbuzu düzenlemeye konu olan malların cinsi, malların bedelleri, vergi ve diğer kesintilerine ait tutarlar belirtilmelidir” (VUK 509, 2019).

SONUÇ

Bilgi sistemleri üzerinde önemli etkiye sahip olan bilgisayar teknolojilerinde yaşanan hızlı gelişim ve teknolojinin sahip olduğu yeteneklerin gelişmesiyle ortaya çıkan dijital dönüşüm her alanda olduğu gibi muhasebe alanında da, verimliliği, yanıt verebilirliği, hızı, esnekliği ve bununla birlikte birçok şeyi iyileştirmiştir. Yaşanan bu gelişmeler muhasebe mesleği için daha fazla esneklik, çeviklik ve güvenlik sağlayarak üzerinde çalıştığı şeyi, nerede çalıştığını ve çalışma şeklini değiştirmiştir (Binici, 2021:209). Dijital dönüşümün beraberinde getirdiği elektronik ortam ve uygulamaların neticesinde muhasebenin denetimi, yapısı aynı zamanda ekonomik katkı sağlayan verginin kontrolü ve denetlenmesi de değişime uğramıştır. Elektronik sistem üzerinden bu süreçler daha rahat ve hızlı yapılmaya başlamıştır. Ancak bu ortamın getirdiği birtakım güvenlik ve denetim açıkları bulunmakta ve personelin gerekli eğitimi, proje ve altyapı gibi unsurların eksikliği dikkatleri çekmektedir.

Sağlık kurumları dijital dönüşümün getirdiği avantajlardan yararlanmak ve dezavantajlardan kaçınmak için ERP sistemlerini kullanmaya başlamışlardır. Bu sistemlerin temel amacının performansı arttırarak ve tıbbi hataları en aza indirerek kaliteli sağlık hizmeti vermek olduğu söylenebilir. Türkiye’ye baktığımızda ERP sistemlerinin HBS ile entegre şekilde kullanıldığı görülmektedir. Bu sistemlerin maliyetleri yüksek olsa da gerek maliyetleri minimize etmek gerek hata payını neredeyse ortadan kaldırmak adına sağlık kurumlarına faydaları çok daha fazladır.

Yapılan araştırmalarda hastanelerde medikal muhasebe sürecinde yapılan faturalama hataları nedeniyle oluşan gelir kaybının SGK giderlerinin yaklaşık dörtte birini oluşturduğu görülmektedir (Sözen, 2015). Ayrıca başka bir araştırmaya göre ERP sistemi kullanan hastanelerin dörtte üçünün harcamalarını azalttığı ve gelirlerini arttırdığı görülmektedir.

Türkiye’de medikal muhasebe sistemi; tıbbi malzemelerin satın alınmasından, stok giriş ve çıkışının yapılmasına, faturalanmasından Medula’ya fatura edilen malzeme bilgilerinin yapılan bildirimlerle eşleşmesine kadar olan bütün süreci kapsamaktadır. Herhangi bir tıbbi malzemenin satışından hasta üzerinde kullanımına ve geri ödeme kurumuna fatura edilmesine kadar tüm hareketlerinin izlenmesine imkân vermektedir. Ayrıca medikal muhasebe aynı zamanda MEDULA, ÜTS, E-Nabız ve Sağlık-Net gibi bilgi sistemleri

aracılığıyla sağlık verilerinin Sağlık Bakanlığı'na iletilmesinde son derece kritik bir görev üstlenerek politika oluşturma sürecine de katkı sağlamaktadır. Yukarıda belirtilen tüm bu sebeplerle sağlık kurumlarının ERP, HBS gibi bilgisayarlı sistemleri kullanması kritik bir öneme sahiptir.

Günümüzde Türkiye'de kullanılan E-muhasebe uygulamalarına bakıldığında e-beyanname sistemi, e-fatura, e-arşiv e-defter sistemi, e-belge uygulamaları gibi çok çeşitli uygulama ve sistemlerin kullanıldığı görülmektedir. Bilgisayarlı sistemlerin gelişmesiyle üretilen verilerin hangi saat ve dakikada üretildiği bilinmekte, fiziki saklama alanları yerine bulut teknolojileri kullanılarak istenilen zamanda üretilen dijital veriye anında ulaşılabilmektedir. Ayrıca geçmişte manuel olarak yapılan muhasebe işlemlerinde günümüzde bu uygulamaların ve yapay zekâ teknolojilerinin kullanılmasıyla hata payının neredeyse sıfıra indiği söylenebilmektedir.

Tüm bu bilgiler ışığında; e-uygulamaların, kağıt çıktı alınmaması gibi çevreci bir yapıya sahip olmasından dolayı, doğaya önemli katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Ayrıca bu uygulamalar tabana yaygınlaştırılmalı, sistemlerin entegre şekilde birbirlerini desteklemesi sağlanmalı ve denetimini kolaylaştırıcı faaliyetlerde bulunulmalıdır. Diğer taraftan kullanılan e-uygulamaların basitleştirilmesi, sistem eksikliklerinin giderilmesi, kullanımını yaygınlaştıracak politikaların izlenmesi önerilmektedir.

Sağlık kurumları açısından değerlendirildiğinde; kullanılan muhasebe sistemlerinin ve e-uygulamaların önündeki en önemli engelin kişisel sağlık veri güvenliği ve siber güvenlik olduğu düşünülmektedir. Muhasebe meslek mensuplara gerek kullanım gerek güvenlik olsun bu uygulamaların kullanımında verilecek eğitime büyük önem verilmesi gerektiği düşünülmektedir.

Kullanılan tüm bu uygulamaların, verilerin saklanması, veriye ulaşım, hasta bekleme ve yatış sürelerinde azalma, maliyetlerde azalma, işlemlerin hız kazanması, hataların azalması, kayıt dışı harcamalarının önüne geçilmesi, bilgi akışının sağlanması, hızlı ve doğru kararlar alınması, hasta memnuniyetinin artması konularında sağlık kurumlarına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

REFERANSLAR

1. Abukhader, S. M. (2015). ERP implementation in the private hospitals of. *International Journal of Healthcare Management*, 77-88.
2. Acar, D., Öztürk, M. S., ve Usul, H. (2016). Dijital ortamda denetim: Sürekli Denetim. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 21, 1561-1571.
3. Akkuyu, A. (2020). *Özel hastanelerde medikal muhasebe uygulamaları ve medikal muhasebeye bağlı iç kontrol mekanizmasının testi özel bir hastane uygulaması*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, İstanbul.
4. Alpaydın, H. (2016). Muhasebe mesleğinde internet kullanımı: göller bölgesinde bir araştırma. Yüksek Lisans Tezi. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Isparta.
5. Altuğ, O. (2006). *Maliyet muhasebesi*. İstanbul: Türkmen Kitabevi.
6. Anandarajan, A., Srinivasan, C. A., ve Anandarajan, M. (2004). Historical overview of accounting information systems. *Business Intelligence Techniques*, Springer, (1-19).
7. Arslan, M. ve Biniş, M. (2016). Türk vergi sisteminde tebligat ve elektronik tebligat. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 14(1), 300-317.
8. Arslan, M. ve Karkacier, A. (2019). Dijital yönetim sürecinde yönetim muhasebesinin geleceğini etkileyen faktörlere kavramsal bir bakış. *Avrasya Sosyal Ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 6(6), 430-442.
9. Artık, Ö ve Yılmaz, F. Ö. (2021). Sağlık kurumlarında medikal muhasebe süreçleri. *Necmettin Erbakan Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 4(2), 34-42.
10. Banerjee, A. (2018). Blockchain technology: Supply chain insights from ERP. In *Advances in Computers*; Elsevier: Amsterdam, file:///C:/Users/SSD/Downloads/banerjee2018%20(1).pdf adresinden 01 Ağustos 2023 tarihinde alınmıştır.
11. Bayrak, A. (2014). *İşletmelerde bilişim teknolojileri kullanımı ve etkilerine ilişkin telekomünikasyon sektöründe bir firma uygulaması*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ufuk Üniversitesi, Ankara.
12. Binici, F. Ö. (2021). *Dijital dönüşüm sürecinde muhasebe işgücü yetkinliklerinin olgunluk modeli ile incelenmesi*. Doktora Tezi. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı, Erzurum.
13. Bozdemir, E. (2019). *Sağlık işletmelerinde maliyet muhasebesi ve analizi*. Ankara: Gazi Kitabevi.

14. Bulut, B. (2019). *Muhasebe meslek mensuplarının web tabanlı muhasebe sistemleri hakkında bilgi ve yatkınlıklarının belirlenmesi: Afyonkarahisar örneği*. Yüksek Lisans Tezi. Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Afyon.
15. Bygren, K. (2016). *The digitalization impact on accounting firms business models*. Unpublished Master's Thesis. Sweden: KTH Industrial Engineering and Management Stockholm.
16. Cemalcılar, Ö. ve Önce, S. (1999). *Muhasebenin kurumsal yapısı*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
17. Çetin, Ö. O. (2022). *Endüstri 4.0 perspektifinde, muhasebenin dijital dönüşümü: İşletme bölümü öğrencileri üzerine bir araştırma*. Yüksek Lisans Tezi. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
18. E-Fatura, <https://ebelge.gib.gov.tr/efaturayararlanmayontemleri.html>, adresinden 1 Ağustos 2023 tarihinde alınmıştır.
19. Elçin, R., Gerekan, B., ve Usta, M. (2018). E-Fatura, E-Defter ve E-Arşiv uygulamalarına geçiş sürecinde yaşanan sorunlar: Serbest muhasebeci mali müşavirler üzerine bir araştırma. *Mali Çözüm Dergisi*, 146, 13-42.
20. Erdem, A. (2018). Dijital (e-) muhasebe. Ankara Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler Odası, Ankara.
21. Erdoğan, E. (2020). *Dijital muhasebe kullanımı uygulamalarının teknoloji kabul modeli ile incelenmesi: Muhasebe meslek mensupları üzerine bir araştırma*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Malatya.
22. Francoise, O., Bourgault, M., ve Pellerin, R., (2009). ERP implementation through critical success factors' management. *Business Process Management Journal*, 15(3), 371-394.
23. Gartner Glossary, Enterprise Resource Planning (ERP), <https://www.gartner.com/en/informationtechnology/glossary/enterprise-resource-planning-erp> adresinden 1 Ağustos 2023 tarihinde alınmıştır.
24. GİB, (2023), e-tebligat, <https://www.gib.gov.tr/e-Tebliğat>, adresinden 3 Ağustos 2023 tarihinde alınmıştır.
25. GİB. (2023). VUK Genel Tebliği Sıra No: 509, <https://www.gib.gov.tr/vergi-usul-kanunu-genel-tebliği-sıra-no-509> adresinden 6 Ağustos 2023 tarihinde alınmıştır.
26. Gonçalves, M. J., Ferreira Da Sliva, A. C., ve Ferreira, C. G. (2022). *The Future of Accounting: How Will Digital Transformation Impact the Sector?*. Informatics.

27. Gönen, S., ve Rasgen, M. (2016). Kurumsal kaynak planlaması ve satın alma süreci uygulaması. *Yalova Üniversitesi Paradigma Dergisi*, 15-33.
28. Güney, C. (2016). Bilgisayarlı muhasebe sistemlerinde denetim riskleri ve bilgisayar destekli denetim teknikleri. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4(28), 344-364.
29. Hofmann, E. ve Rüşch, M. (2017). Industry 4.0 and the current status as well as future prospects on logistics. *Computers in Industry*, 89, 23-34.
30. Kaplan, E. E. (2021). *Muhasebede e-dönüşüm: Muhasebe meslek mensuplarının muhasebe’de e- arşiv ve e-fatura uygulamasına yönelik araştırma (gebze ilçesi örneği)*. Yüksek Lisans Tezi. Işık Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Muhasebe Denetim Yüksek Lisans Programı, İstanbul.
31. Kara, M., ve Yılmaz, A. B. (2017). Serbest muhasebeci ve mali müşavirlerde e-belge kullanımı ve uygulamaları. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (35), 253-268.
32. Kaya Bensghir, T. (1996). *Bilgi teknolojileri ve örgütsel değişim*. Ankara: Türkiye Ortadoğu Amme Daresi Enstitüsü.
33. Kördeve, M. (2017). Sağlık ödemelerinde yeni bir kavram: Medikal muhasebe. *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (26)2, 1-13.
34. Kurtcebe, E., ve Utku, M. (2020). Muhasebe ve vergi uygulamalarında e-dönüşüm: 509 Nolu V.U.K. genel tebliğinin ticari hayata etkileri. *Ekonomi Maliye İşletme Dergisi*, 3(1), 75-84.
35. Mevzuat,<https://www.mevzuat.gov.tr/File/GeneratePdf?mevzuatNo=33905&mevzuatTur=Tebliğ&mevzuatTertip=5> adresinden 3 Ağustos 2023 tarihinde alınmıştır.
36. Nazlıoğlu, B. (2020). Sağlık işletmelerinde muhasebe sistemi perspektifinde medikal muhasebe. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 22(2), 533-550.
37. Ngai, E. W., Law, C. C., ve Wat, F. K. (2008). Examining the critical success factors in the adoption of enterprise resource planning. *Computers in Industry*, 59, 548-564.
38. Ortega, B. H. (2012). Key factors for the adoption and subsequent use of e-invoicing. *Academia Revista Latinoamericana de Administracion*, 15-30.
39. Özdemir, Ş. ve Kılınç, D. (2019). *Geleceğin meslekleri*. İstanbul: Abaküs Kitap.
40. Özoğlu, C. O. (2008). *Kurumsal kaynak planlaması sistemlerinin değerlemesinde reel opsiyon yaklaşımı: Hastane bilgi sistemi*

- uygulaması. Doktora Tezi. İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Endüstri Mühendisliği Anabilim Dalı, İstanbul.
41. Palancı, Y. (2013). *Kurumsal kaynak planlama (ERP) sistemlerine giriş ve uygulamaları*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Ticaret Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
 42. Ptak, C. A. ve Schragenheim, E. (2000). *ERP tools, techniques, and applications for integrating the supply chain*. Boca Raton: St. Lucie Press.
 43. Roth A. V., Van Dierdonck R. (1195). Hospital resource planning: concepts, feasibility, and framework. *Production and Operations Management*, 4(1), 2-29.
 44. Sangster, A. (1992). Computer-Based instruction in accounting education. *Accounting Education*, 1(1), 13-32.
 45. Sayım, F. (2016). Kamu hastanelerinde muhasebe ilintisi kurulan faaliyetler ve özel hastane karşılaştırması. *International Journal of Management Economics and Business*, (ICAFR 16)Special Issue, 672-684.
 46. Selvi, Y., Türel, A., ve Şenyiğit, B. (2005). Elektronik bilgi ortamlarında muhasebe denetimi. *Türkiye Muhasebe Denetimi Sempozyumu Bildirisi*, İSMMMÖ, Antalya.
 47. Sevim, A. (2009). *Dijital muhasebe*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
 48. Sevim, E., Önder, E., ve Nal, M. (2018). Sağlık sektöründe kurumsal kaynak planlama sistemleri. In: *1st International Health Sciences and Life Congress*. Burdur, Turkey.
 49. Sözen, A. B. (2015). *Faturalama sürecinde yapılan hatalar sonucu oluşan gelir kayıplarının nedenleri ve kayıpları önlemek için yapılması gerekenler*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Sağlık Yönetimi Anabilim Dalı, İstanbul.
 50. Sürmen, Y., ve Daştan, A. (2007). Muhasebe bürolarında bilgisayarlı muhasebe paket programı kullanımına yönelik karadeniz bölgesi analizi. *Muhasebe ve Denetime Bakış*, (22), 1-26.
 51. Şalcı, İ. (2021). *Dijital Dönüşüm (E-Uygulamalar) ve Muhasebe Mesleğine Getirdiği Yenilikler*. Yüksek Lisans Tezi. Işık Üniversitesi İşletme Anabilim Dalı, İstanbul.
 52. Şenol, A. (2022). Muhasebe ve finans alanlarında yeni konular. Editör S. Tulum ve T. Yılmaz, *Muhasebede dijitalleşme ve dijitalleşme muhasebe okuryazarlığının önemi*. İstanbul: Efeakademi Yayınları.

53. TDK, https://sozluk.gov.tr/transfer?option=com_content&view=frontpage&Itemid=1 adresinden 5 Ağustos 2023 tarihinde alınmıştır.
54. TDK. (2020), <https://sozluk.gov.tr/?kelime=beyanname> adresinden 4 Ağustos 2023 tarihinde alınmıştır.
55. Tekbaş, İ. (2019). *Muhasebenin dijital dönüşümü ve mali mühendislik*. İstanbul: Ceres Yayınları.
56. Tektüfekçi, F. (2013). Bilişim teknolojilerindeki gelişmelerin muhasebe uygulamalarına etkisi: E-Muhasebe, *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 5(2), 89-102.
57. Tektüfekçi, F. (2016). *E-dönüşüm sürecinde elektronik muhasebe uygulamaları*. İzmir: Kitapana Basım Yayın Dağıtım Bilişim.
58. Tektüfekçi, F. (2017), E-Dönüşüm sürecinde e-muhasebe uygulamaları: Türkiye örneği. *Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi*, XII(I), 79-88.
59. Tektüfekçi, F. (2018). Muhasebe ve denetim ontolojisinde e-dönüşüm süreci kapsamındaki dijital paradigmalara teorik ve felsefi açıdan pragmatik yaklaşım. *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi*, 20(Özel Sayı), 20, 358-376.
60. TSOFİS, <https://www.tsosis.com/blog/dijital-muhasebe-nedir> adresinden 1 Ağustos 2023 tarihinde alınmıştır.
61. Türk Dil Kurumu, <https://sozluk.gov.tr/> adresinden 5 Ağustos 2023 tarihinde alınmıştır.
62. Vergi Usul Kanunu Genel Tebliği (Sıra No:421); 14.12.2012 tarih ve 28497 sayılı Resmi Gazete.
63. VUK. (2012). 415. Sıra Nolu. Vergi Usul Kanunu Genel Tebliği, T.C. Resmi Gazete.
64. Yalçın, H. (2022). Muhasebe-Pazarlama organizasyon: Teori ve uygulama. Editör Ş. Karabulut, *Muhasebenin dijitalleşmesi ve muhasebe mesleğinin geleceği*. Bursa: Ekin Yayınevi.
65. Yanık, R., ve Karadaş, A. (2013). E-Faturanın türkiye muhasebe standartları uyum sürecine uygun düzenlenmesine ilişkin bir öneri. *Ekev Akademi Dergisi*, 133-141.
66. Yücel, G., ve Adiloğlu, B. (2019). Dijitalleşme-Yapay zeka ve muhasebe beklentiler. *Muhasebe ve Finans Tarihi Araştırmaları Dergisi*, Temmuz(17), 47-60.

56. Bölüm

Yıkıcı İnovasyon

Fırat EROL¹

Reha SAYDAN²

1 Doktora Programı; Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü.
efirat65@gmail.com ORCID No: 0000-0001-6462-3184

2 Prof. Dr.; Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü.
rsaydan@gmail.com ORCID No: 0000-0002-8091-9396

ÖZET

Yaşamal pratiğin bir halkası olarak görülen değişim ve dönüşüm, hayatın her alanında baş göstermektedir. Bu bağlamda insanoğlu, gelişen değişim ya da dönüşüm karşısında hızlıca uyum sergileme, sürekli yenilikçi olma ve bu olguları kendi ihtiyaçları çerçevesinde dönüştürmek durumundadır. İşletmeler açısından düşünüldüğünde ise değişim ya da dönüşümde, gelecekte ayakta kalabilmenin en önemli koşullarından bir kaçı yenilikçi düşünce yaratma, süreklilik, devamlılık ve rekabet avantajı sağlama, aynı zamanda stratejik hamleler yaparak üretime yön verme ve tüketicilerin iseklerini tatmin etme olarak sıralanabilir. Bu durum şüphesiz ki ancak düşük maliyet, yaygın dağıtım, yüksek performans, etkin-verimli-dayanıklı ürün/mamül ve uygun fiyat politikalarıyla mümkün olacaktır.

Rekabet üstünlüğü sağlayarak mevcut rakipleri yok etmek ya da yıkıma uğratmak, inovatif düşüncenin bir parçası olduğundan teknoloji ve çevresel faktörler gibi sürekli değişime uğrayan koşullar, adeta geleceğe yön vermektedir. Akıllı telefonlar, akıllı robotlar, akıllı evler, teknolojik cihazlar, yapay zeka uygulamaları, dijital platformlar, elektrikli ulaşım araçları gibi bir çok gelişme ya da inovatif yaklaşımlar günümüzde yıkıcılığın birer örneği olarak geçerliliğini korumaktadır. Buradan hareketle, geçmişi çok ta eski sayılmayacak ancak toplumsal fayda bağlamında yüksek bir etki yaratan yıkım ya da yıkıcı inovasyon kavramı, bir tehditten ziyade bir fırsat olarak görülmelidir. Bu bağlamda çalışmada, yıkıcı inovasyonun işletmeler özelindeki uygulamaları örneklendirilerek kavramsal ve kuramsal olarak açıklanmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Yıkım, Dönüşüm, İnovasyon, Yenilikçilik, Yıkıcı İnovasyon

GİRİŞ

Doğası gereği her şey değişime ve dönüşüme uğrar. Değişime ayak uydurmak; yeniliklere açık olmak ve dönüşümün beraberinde getirdiği uyum sürecini etkin, verimli ve uyumlu bir şekilde uygulamaktır. Bu durum, işletmelerin gelecekte ayakta kalabilmesinin tek koşuludur. Aksi halde firmalar, rekabetin yıkıcı ortamında yok olmaya mahkûm olurlar. Değişimin en etkin uygulama alanı ise yenilikçiliklerdir. Değer yaratma olgusuna dayanan ve “yenilik”, “yenileşim” olarak da ifade edilen inovasyon, inovatif düşünce ile yeni fikirler bulma, yeni yollar geliştirme ve yeni çıktılar elde etmeyi amaçlar. Bu çerçevede bir çıkış noktası olarak görülen yıkıcı inovasyon teorisi, son yıllarda ivme kazanmış ve kuramsal olarak güncelliğini sürdürmeye devam etmektedir.

1990’lı yıllarda Clayton Christensen tarafından ortaya atılan yıkıcı inovasyon kavramı, teknolojik yenilikler başta olmak üzere birçok alanda değişimin ve gelişimin öncüsü olarak literatürde yerini almaktadır. “Disruptive innovation” olarak bilinen kavram, temelde bir mal veya hizmetin düşük maliyetle üretilip yüksek fayda ile kullanıcılara sunulmasıyla mevcut rakipleri yok etmesine yönelik bir yıkım olarak tanımlanabilir. Temel mantığı, maliyetin minimum seviyede olması ve girdiği pazar koşullarında mevcut tüm rakipleri ortadan kaldırmasıdır. Örneğin akıllı telefonların kamera olarak kullanılması ve dijital fotoğrafçılığın kullanıcılar tarafından önem kazanması, Kodak firmasını ciddi bir yıkıma uğratmış kamera ve fotoğraf makineleri gibi ürünleri yok etmiştir. Bir benzer örnek ise, online film şirketi olan Netflix’tir. Firma çevrimiçi film servisi ağını geliştirerek piyasadaki film satın alma, kiralama gibi alışkanlıkları yok etmiş ve sektöre ciddi bir darbe vurarak kendi zaferini ilan etmiştir.

Bu bölüm kapsamında, yıkıcı inovasyon kavramı ve tanımı, özellikleri, ortaya çıkış süreci, örnekleri, tarihi gelişimi ile dünyadaki uygulanış biçimlerinin yansısı bilimsel alana katkıları bakımından nitel olarak incelenerek örnek olaylarla anlatılmaya çalışılmıştır.

1. YIKICI İNOVASYON KAVRAMI ve KAPSAMI

1.1. *Yıkıcı İnovasyon Kavramının Tanımı*

Her ne kadar “yıkıcı” kelimesi anlam itibarıyla olumsuzluk içeren ve Türk Dil Kurumu sözlüğünde yer alan “Bir şeyin zarar görmesine, bozulmasına, yok olmasına, ortadan kaldırılmasına yol açan, tahripkar” anlamlarını içerse de, yanına “inovasyon” kelimesi eklendiğinde “yeni, yenileşim, yenilikçi” anlamlarını içeren, değişimi ve dönüşümü esas alan, markaların sektörel bazda gelecekte olabilecek değişiklikleri öngörebilmesi ile ilişkilendirilerek yeni bir

hareket alanı oluşumu adına, önemli bir anlam bütünlüğüne dönüşmektedir. (TDK, 2022)

İnovasyon kavramı, anlamı ve özelliği itibariyle ekonomik ve toplumsal fayda yaratması bakımından ekonominin stratejik taşı konumundadır. Başka bir ifadeyle, yeniliğin ya da değişimin mutlaka toplumsal bir karşılığı olması, taraflarca da (firmalar ve müşteriler) benimsenmiş olması gerekir. Böylece yenilikçilik, pazara giriş stratejisi olarak da görülebilir. Stratejik olarak üretilen ürünlerin inovasyon özelinde pazar tarafından kabullenilmesi gerekliliği boyutu, ekin bir şekilde pazarlama araçlarının uygulaması ile mümkün olacağından pazara daha hızlı girmesine ve pazarda önemli kazanımlar elde etmesini sağlayacaktır. Öyleyse yıkıcılık ya da yıkıcı inovasyon, oldukça önemli bir hamle ve pazar odaklı bir kültür, aynı zamanda işletme, müşteri, maliyet, rekabet, reklam, ar-ge ve pazarlamanın beraberinde geliştirebileceği devrimsel bir süreçtir denilebilir.

Kavramsal olarak yıkıcı inovasyon, mevcut mal, hizmet ya da iş modellerinin devamlılığının sağlanması, pazar paylarının iyileştirilmesi veya iş modellerindeki performansların artırılmasının tersine, evrime uğramış süresiz ve devrimsel yenilikler içeren, girişimcilik faaliyetlerini merkeze alan, aynı zamanda geleceğin teknolojisine ve endüstri hareketlerine yön veren bir teoridir. “Yıkıcı” ya da “yıkım” kavramı ise, inovatif düşüncenin, sektörde yer alan rakiplerine oranla daha az girdi maliyeti oluşturup pazar alanına yerleşerek diğer örgütlere karşı rekabet üstünlüğü sağlayan ve devamında mevcut ürünleri yıkıma uğratma durumu olarak düşünülebilir. Kavram, Abernaty ve Clark’ ın 1985 yılındaki yeniliklerin, genel olarak mevcut olan teknik yeterliliklerin değerini ortadan kaldırdığına dayalı çalışmalarına dayanır. Bu görüş, daha sonrasında Christensen’ in teknolojik yenilikleri ön plana alarak, kavramın içeriğinin sadece teknolojilerin değil aynı zamanda ürünlerin ve iş modellerin de uyarlaması gerekliliğine dayanarak şekillenmiştir. (Kalfaoğlu vd, 2020:100)

Literatürde yıkıcı inovasyonla ilgili birçok çalışmanın olduğu ancak çalışmaların daha çok ekonomik ve rekabet odaklı olduğu, genel bir uzlaşının sağlanamadığı görülmektedir. Örneğin Federico vd. 2019’daki “*Antitrust and Innovation: Welcoming and Protecting Disruption*” adlı çalışmada kavramı, “mevcut durumu sarsan, yerleşik teşebbüsü tehdit eden ve bazen tüm endüstriyi dönüştüren teşebbüsler” olarak tanımlar. Öte yandan diğer bazı yazarlar ise daha geniş bir bakışla “tekelci firmaların, rakiplerin pazara girmesini önlemek için ürünlerini değiştirebileceğini, bunun da bir çeşit yıkıcı inovasyon olduğunu ve rekabet ihlali yarattığını” düşünmektedirler. Buradan hareketle, yıkıcı inovasyonun ekonomik açıdan bir tehdit olarak gördüğü açıkça anlaşılmaktadır. (Arsdale ve Venzke 2015:12)

Robles (2015:121) yıkıcı inovasyonu, “tamamen yeni pazarların ve yeni iş modellerinin yaratılmasına neden olan yenilikler” olarak tanımlamaktadır. Bu tanımlama pazar odaklı ve rekabetin yeniliklerle mümkün olabileceğini düşündürmekte iken diğer taraftan benzer olarak Schrepel (2017) ise, yıkıcı inovasyonu, “rekabeti sınırlamak veya ortadan kaldırmak için bir ürünün, bir veya daha fazla teknik unsurunun değiştirilmesi” olarak tanımlar.

Yıkıcı inovasyon (disruptive innovation), kullanıcılara sunduğu mal ya da hizmeti kalıcı kılmayı hedefler. Dolayısıyla her firmanın ortaya atmış olduğu fikirler yıkıcı değildir. Diğer bir ifadeyle sürekli bir şekilde yenilenen ve müşterilerin isteklerini karşılamaya yönelik değişim/dönüşüm çabaları yaratıcı olabilir fakat yıkıcı sayılmaz. Yıkıcı olma, talepleri değiştirmenin yanı sıra sektörü istenilen yöne doğru iten bir yenilikçi-yıkıcı güçtür. Rekabetin yoğunlaştığı, tüketicilerin talep ve beklentilerinin değişime uğradığı ve yeniliklerin dahi hızla eskidiği bir dünyada bu güç de güncelliğini korumaya devam edecektir.

1.2. Yıkıcı İnovasyonun Ortaya Çıkışı ve Süreci

Clayton Christensen, inovasyon çalışmalarını ortaya atarken tüm dünyada kabul gören üç çeşit modelden bahseder. Bunlar; “verimlilik”, “destekleyici inovasyon” ve “yıkıcı inovasyon” dur. Verimlilik, daha çok işletme içi bir süreç ve fiyatlandırma, müşteri ilişkileri gibi parametrelerle ilişkili iken destekleyici inovasyon, mevcut ürünün daha iyisini yapma mantığını güder. Diğer taraftan yıkıcı inovasyon teorisi ise, teknoloji olarak oraya çıkar. Yani tüketicinin satın alma miktarını zirveye taşır, mevcut olanı yok eder ve yeni bir pazar alanı yaratır. (URL1, 2022)

Literatür incelendiğinde genel olarak yıkıcı inovasyonun ortaya çıkışında iki aşamanın olduğu görülmektedir. Bunlarda birincisi “yeni ürün” de ikincisi ise “diğer ağlar” dır. *Yeni ürün*, pazardaki mevcut ürünlerden daha kötü performans gösteren ürünleri yok etmesine bu çerçevedeki tüketici gruplarını hedefleyerek yeni bir pazarın otaya çıkmasına yöneliktir. *İkinci aşama ise*, hızla gelişen inovasyonun asıl hedeflenen tüketicilere ulaşması durumudur (OECD, 2015:2). Bu çalışmaların, temelde alt gruplara hitap eden ucuz ve uygun ürünler ile asıl hedeflenen kitleye ulaşabilmek için, performansı yüksek erişilebilir ürünlerin parametrelerini bir değer olarak beraberinde ortaya çıkardığı görülmektedir.

Öte yandan yıkıcı inovasyon, mevcut teknolojilerin ve iş modellerinin yer değiştirmesine yol açarak, yeni pazarlar ve değer ağları oluşturmaktadır. Bu kapsamda yeni pazar alanları oluşturan yıkıcı inovasyonlar, öncelikle gerekli yatırımların batık maliyetin düşük olduğu ortamlarda ortaya çıkmaktadır (Bary ve Bure 2017:3).

Yıkıcı inovasyon süreci ise, doğası gereği tüm inovasyon türlerinde olduğu gibi bir süreç dahilinde gerçekleşmektedir. Amaç pazar ortamında bir yıkım yaratmak olduğundan bir anda gerçekleşmesi düşünülemez. Bu çerçevede işletmelerin zaman içinde diğer firmalara oranla yıkım yaratma, daha fazla kar amacı gütmeye ve pazar koşullarına hakim olabilmek hedefleri, etkin bir strateji ve zamanlama planıyla gerçekleşir.

Zaman içinde gerçekleşebilecek bu yıkım süreçleri, genel olarak dört aşamadan oluşmaktadır. Bunlar; (URL2, 2022)

- Hakim olanı yıkma durumu
- Evrimleştirme yoluyla devrim yaratma
- Yakınsama sağlama
- Yeniden Düşünme

Hakim Olanı Yıkma; Yıkım sürecinin ilk aşamasıdır Halihazırdaki mevcut bir ürünün yerini kullanıcının tatminini sağlayacak daha kullanışlı ve yeni ürünlerin alması durumudur. Bu, yıkımın oluşması anlamına gelir. Örneğin, Apple, Mac'i ürettiğinde pazarın hakimi olan IBM, Apple'den daha fazla ar-ge ve teknoloji kullanmasına rağmen rekabet sağlayamayacak duruma gelmiş ve zaman içerisinde piyasadan çekilmek durumunda kalmıştı. Bu durum aslında piyasaya hakim olmasına rağmen, yeni bir teknoloji ve insan odaklı davranış modellerini içselleştirme, geleceği görebilme olarak da değerlendirilebilir.

Evrimestirme Yoluyla Devrim Yaratma; Yıkımın ikinci aşamasıdır. Temelde, mal yada hizmetin mevcut durumuna ek olarak yeni özellikler eklenmesiyle oluşan değerin artırılması olarak görülür. Örnek olarak, Apple'nin iPhone akıllı telefonlarında eklenen Siri özelliği verilebilir.

Yakınsama sağlama; Yıkımın üçüncü aşamasını oluşturur. Pazarda yer alan tüketici gruplarının tamamına daha fazla ulaşabilme çabası olarak görülür. Arzu edilen, daha çok kullanıcı ulaşma durumudur.

Yeniden Düşünme; Yıkımın son ve düşünme aşamasıdır. Ulaşılan pazarın yeterliliği tartışılır. Daha fazla kullanıcıya nasıl ulaşılabilir sorusuna cevap aramak amacıyla istişare edilir. Bir tür beyin fırtınası aşamasıdır denilebilir.

2. YIKICI İNOVASYONUN ÖZELLİKLERİ

Yıkıcılık, kavramı itibarıyla; değişimi, dönüşümü, yok etmeyi ifade eder. Yani yıkıcı bir inovasyon, taleplerin değişimini sağlar, bir önceki talep faktörlerini yok eder ve başarılı bir şekilde iş modeli sağlayarak yoluna devam eder. Yıkıcı inovasyonun en temel özellikleri özetle şöyle sıralanabilir: *ihtiyaçlara odaklanma, standartları aşma/standart dışı olma, değişime açık olma ve yeni değerler yaratma*. Bu bağlamda, literatürde yer alan diğer

özellikler ise şu şekilde özetlenebilir; (Olgun, 2022:16); (OECD, 2015:2); (Christensen, 1997).

- Tehditkardır.
- Uzun dönemli bir mücadele sürecidir.
- Genellikle etkin olmayan veya geniş alanlara yayılan pazarlarda ortaya çıkar.
- Yıkım, daha çok internet ve teknolojik imkanlarla büyür.
- Kullanıcıların taleplerine yenilik katar ve karşılanamayan talepleri yeniden sunar.
- Rekabet ortamı oluşturması bakımından kullanıcılara yarar sağlar.
- Yıkım, mevcut olana meydan okur ve onları yok eder.
- Yıkım, mevcut bir pazar veya yeni bir pazardan gelebilir.
- Sadece ürün ve çalışma modelini değil aynı zamanda otoriteleri de değiştirir.

Yukarıda yer alan özellikler yıkımın hem genel özelliklerini hem de temel yapısında yer alan özellikleri vurgulamaktadır. Tüm bu özellikler, aslında yıkıcı inovasyon sürecinin temelde bir mekanizma olduğunu ve süreç içinde ürün, hizmet veya iş modellerinde pazardaki yıkıma ilişkin algıları ya da değişimi yeni bir çerçeveden sunma durumu olarak değerlendirilebilir.

Öte yandan King ve Baatartonkh (2015: 77), yıkıcı inovasyon teorisini dört ana özelliğe dayandırır. Bunlardan *ilki*; mevcut girişimlerin ürün geliştirme çabası olarak inovasyon kapsamına girdiği, *ikincisi*; kullanıcı istek ve ihtiyaçların ötesinde bir hizmet olarak görüldüğü, *üçüncüsü*; yıkıcı tehditlere cevap verebilme kapasitesini ve *dördüncüsü ise*; sonucu itibarıyla yerleşik pazardaki konumlarına ilişkindir. Söz konusu dört özelliğinde ortak vurgusu, yıkıcı inovasyonun mal ya da hizmetlerin üzerindeki tehditkar yıkımın, etkisi boyutunun yarattığı algı ile direkt olarak ilişkili olmasıdır.

3. YIKICI İNOVASYONA DAİR ÖRNEKLER

Disruptive innovation, Dünya’da ve ülkemizde pek çok örnekle karşımıza çıkmaktadır. İşletmeler yoğun rekabet ortamında ayakta kalabilmek ve müşteri taleplerini karşılayabilmek için sürekli bir değişim/dönüşüme gitme ve yenilik yaratarak stratejiler üretmek zorundadırlar. Çağımızın ekonomik yapısının yıkıcı inovasyon üzerine konumlandırılıyor olması, geleceğe dair yeniliklerin de olacağı anlamına gelmektedir. Bu bağlamda aşağıda yer alacak örneklendirmeler geleceğe dair de bir ışık yaratacaktır.

Söz konusu örnekleri şöyle özetlemek mümkündür;

Apple, akıllı telefonları ilk kez 2007 yılında piyasaya sürmüş ve her ne kadar yenilikçi bir etki yaratsa da yıkıcı bir etki yakalayamamıştır. Görsel olarak insanların hafızasına kazınmış olması ve olumlu bir hava yaratması, sadece sürdürülebilirliği noktasında bir inovasyondur. Şirket, daha sonrasında kurmuş olduğu yeni uygulamalar ve ağ sistemiyle internet erişimine dair yeni bir rüzgar yaratmış ve pazar alanını geliştirmiştir. Böylelikle internet ihtiyacını sadece bilgisayar veya diz üstü pc'lerden değil aynı zamanda akıllı uygulamalar ile geliştirerek sektöre, ürüne ve pazara karşı tam bir yıkım gerçekleştirmiştir.

Öte yandan sosyal medya uygulamalarından Twitter, ilk kez 2004 yılında "Odeo" isimli bir firma tarafından faaliyet görmüş "tweet" olarak ta bilinen mesajlaşmaya dayanan sosyal ağ hizmetidir. Bu dönemde odeo, "podcasting" adında bir servis tanıtmış ancak belkenen ilgiyi görememiştir. Kullanıcıların durumlarını paylaşabileceği bir proje olarak ortaya çıkan fikir, 2006'da Jack Dorsey ve arkadaşları tarafından oluşturulmuştur. 2013 yılında ise dünyada ziyaret edilen ilk 10 internet sitesi içerisine girerek "internetin SMS'i" olarak tanımlanmıştır. Yıkıcı olma durumu ise, bir çok alanda kendini göstermiştir. Örneğin sadece 140 karakterlik bir iletişim ile sınırlı olması, sektörde yeni bir bakış yaratmış ve uzunca mesajlaşmaya bir darbe vurmuştur. Bir diğer tarafı da akıllı telefonlar ile anlık olarak canlı yayın yapma uygulamasının, kamera, görsel ve yazılı basın yayıncılık alanına yıkıcı bir inovasyon niteliğindedir.

Diğer bir örnek ise E- ticaret uygulamalarıdır. Uygulama, teknolojik kullanımın artmasıyla, ilk olarak 1995 yılında ortaya çıkmıştır. İnternet tabanlı bu uyulama, tüm dünyada aktif kullanıcıların yayılmasıyla 2000' li yıllarda ticaretin geleneksel bir pazardan ayrıldığını ve modern anlamda bir pazar oluşturduğunu ortaya çıkarır. Uygulamanın üç evresi vardır. Bunlar; reklam ve pazar araştırması, sipariş ve ödeme, teslimattır. Tüm bu uygulamalar, bilgisayar destekli ağlar üzerinden yürütülür. Yaratıcı boyutu, en basit şekliyle maliyetin en aza indirilerek alıcı ile satıcıyı bir araya getirmesi olarak görülebilir. Yıkıcılığı ise, kullanıcıların alış veriş kültürüne yön vermesi, hatta köklü bir şekilde değiştirmesi boyutudur. Bir diğer boyutu ise, nakit ödemelerin ortadan kaldırarak online olarak ödeme yapılması durumudur. Bu boyut, yeni bir iş döngüsü yaratmış ve alanı daha çok yaymıştır.

Üretim dünyasındaki Robotlar incelendiğinde; düşük maliyet, yüksek hız, çok amaçlı çalışma gibi kavramları bir araya getiren robotlar, üretim sektöründe insan gücünü ortadan kaldırarak temassız üretim ile geleneksel üretim modeline karşı yıkıcı bir inovasyon niteliğindedir. Özellikle endüstriyel üretimde yeni bir uygulama alanı olarak oraya çıkan Cobot'lar, sanayinin dijital dönüşümü olarak görülmekte ve işgören unsurunu milimize ederek çok daha yüksek

performanslar geliştirmiş ve işgören maliyetini en asgari seviyeye kadar düşürmüştür.

Öte yandan Drone Teknolojisi ve İnsansız Hava Araçları; yıkıcı inovasyona verilebilecek başka bir örnektir. Drone teknolojisi, ilk olarak 1849 yılında Venedik'in bağımsızlık savaşında ortaya atılan bir fikirdir. Teknolojik gelişimlerle insansız hava uygulamalarına da dönüşen bu fikir, uygulamaya geçirilerek ilk olarak II. Dünya savaşında kullanılmıştır. Ülkemizde de hava sanayisi alanında oldukça önemli bir rol oynayan insansız hava araçları, sağladığı fayda ve insan unsurunu yok etmesi bakımından yıkıcı bir güç oluşturmaktadır. Drone teknolojisinin ilk olarak ticari kullanımı 2006 yılıdır. Amerika başta olmak üzere bir çok ülkede kullanılan İHA'lar 2012 yılında özelleşerek daha çok kesime ulaşmıştır. Örneğin 2016'da Dominos ve Flirtey drone şirketi güçlerini birleştirerek ilk pizza teslimatını gerçekleştirmiştir. Güvenlik, kalabalık etkinlikler, film-sinema-belgesel, mobil şebekeler, sağlık sektörü, toplumsal olaylar gibi bir çok alanda kullanılan bu teknoloji, yıkıcı etkisiyle bir çok sektörde yayılmaya devam edecektir.

Diğer yıkıcı inovasyon örneği olarak elektrikli araçlar, ilk olarak 1835 yılında Thomas Devenport tarafından Amerika'da ortaya çıkan çalışmalar ile 1900' lü yıllarda başarılı şekilde uygulanmıştır. New York' taki bir kısım ticari taksilerde kullanılmaya başlanan ve ardından Morrision firması tarafından geliştirilerek at arabasından esinlenerek tasarlanan, 24 batarya ile şarj edilebilen ve 160 km yol gidebilen aracı üretmiştir. Daha sonraları ise Thomas Edison, ampulün ve elektriğin gücünü birleştirerek elektrikli araç endüstrisine girmiştir. Model T ile geliştirilen motor, hızlı bir şekilde otomobile dönüşmüş ve tarihe izlerini kazımıştır. Geçmişten günümüze dek süren bu serüven, şimdilerde bir çok alanda kullanılmakta ve yıkıcı inovasyon niteliğindedir. Model, özellikle ulaşım sektöründe ciddi yıkımlara yol açmaktadır. Elektrikli araçların yaygınlaşma durumu, hem ekonomik olması hem de çevresel zararların önüne geçmesi adına yüksek derecede fayda yaratmaktadır. Bu bağlamda Alman otomotiv şirketlerinden biri olan Volkswagen başta olmak üzere bazı firmaların 2020 yılı itibariyle dizel araçların üretimini durdurmuş olması örneği de gerek sektördeki yıkıcı etkisi bakımından gerekse de akaryakıt/enerji tasarrufuna ek olarak havaya yayılan zararlı gazların ortadan kaldırılması boyutuyla yıkıcı bir misyon üstlendiği, aynı zamanda toplumsal açıdan yüksek bir fayda sağladığının başka bir göstergesi niteliğindedir.

Öte yandan yine çağımızda yaşamak zorunda kaldığımız pandemi kriziyle daha çok yaygınlaşan online eğitim de yıkıcı inovasyona verilebilecek örneklerden biridir. Çevrimiçi- online ya da uzaktan eğitim olarak ta bilinen bu model, ülkeler arası mesafeyi ortadan kaldırıp kaliteli, güvenli ve kültürler arası

etkileşimi önemli bir seviyeye getirebilme düşüncesiyle gelecekte önemli bir alan olarak umut vermektedir. Nitekim toplumlar arası iletişim ve etkileşim, bir alan olarak eğitimin önemli bir parçasıdır. Yüz yüze eğitime nazaran özellikle kriz dönemlerinde online eğitimin kullanımının yaygınlaşması eğitime interdisipliner olarak yeni bir bakış açısı kazandırmaktadır.

Yukarıda yer alan örneklerin her biri birer yıkımı göstermektedir. Yıkıcı inovasyon, radikalliği ön plana alan, yıkımın oluşması için belirli bir süreç gerektiren, kalıcı olmayı hedefleyen ve gelecekte olması muhtemel iş modellerini veya alanları öngörerek o alanlarda kilit olabilme yönünde stratejik bir okumadır. Dolayısıyla bu örneklerle ek olarak yeni bir çok örnek olaylar gerçekleşmeye devam edecektir.

SONUÇ

Yaklaşık 30 yıl önce Harvard Business School Profesörlerinden olan Clayton Christensen, “Yenilikçinin İkilemi (Innovator’s Dilemma)” kitabında, yıkıcı inovasyon (disruptive innovation) teorisini ortaya atarak pazarda büyük oyuncu olarak konumlandırılan şirketlere, yeni bir yol sunmuş ve onları teknolojik faaliyetler kullanılarak radikal dönüşümlere doğru itmiştir. Tarihsel olarak çok eski sayılmayacak fakat toplumsal fayda bağlamında yüksek etki yaratan yıkıcı inovasyon kavramı, bir tehditten ziyade bir fırsatı temsil etmektedir. Yıkıcı ya da yıkım kavramları ise, bir olumsuzluk olarak değil tam tersine bir girdi, yenilik ya da yıkıcı bir devrim olarak görülmelidir. Zira yıkıcı inovasyon, daha az girdi ile teknolojik faaliyetleri kullanarak müşterilere daha çok fayda sağlamayı hedefleyen, aynı zamanda pazarda yıkıcı bir etki sağlaması bakımından rekabet üstünlüğü güden, mevcut ürünleri yok eden yenilikçi bir güçtür.

Yıkıcı teknolojiler, yeni pazarların ortaya çıkmasını sağlar ve yıkım süreci aniden gerçekleşmez. Yıkım, bir süreç işidir. Yıkıcı mal veya hizmetler ilk olarak daha hafif ve ucuzdur. Yüksek kar vaadi sunmazlar, süreç içinde gelişimini sağlar ve bir ivme yakalayarak devrim yaratırlar. Bu durum, teknolojinin her geçen gün yenilenmesi ile zirveye çıkar. Diğer bir değişle teknolojiler, ilk etapta daha tipik ve önemsiz pazarlarda ticarileşmeye çalışırlar, ardından gelişim sürecini tamamlayarak daha da yıkıcı bir etki yaratıp pazarın tamamına hakim olurlar.

Hızla gelişen dinamikler, firmaların ayakta kalabilmesi için esnek yaklaşımlar sergilemek durumundadırlar. Bu yaklaşımlar, tüketiciler için daha ucuz, daha ulaşılabilir, daha kaliteli ve daha fayda çok sağlar. Dolayısıyla yıkıcılık mevcudu değiştirmek yerine yeni bir ürün ile mevcudu yok etmeyi

hedefler. Bu durum işletmeler için oyun kurucu olmayı ya da vizyoner bir rol üstlenmeyi gerekli kılar.

Yakın geçmişte kullanılan ürünler her geçen gün yerini yeni teknolojilere bırakarak hızlı bir değişime neden olmuş ve pazarı dinamik hale getirmiştir. Buradan hareketle, günümüzde yaşamımızın bir parçası olan ve geleceğe de yön veren teknolojik faaliyetler, yıkıcı etkilerin daha çok artacağına bir göstergesidir.

REFERANSLAR

1. Arsdale, S. V. ve Venzke, C. (2015). “*Predatory Innovation in Software Markets*”,<https://www.semanticscholar.org/paper/Predatory-Innovation-in-softwareMarkets-Arsdale-enzke/e2c9ad7f0b191bf2b86ca35097fd073db7506f2>, adresinden 12.10.2022 tarihinde alınmıştır.
2. Bary F., Bure, L. (2017). *Yıkıcı İnovasyon ve Birleşme Çözümleri: Öngörülemeyen Durum Nasıl Tahmin edilir?*,<https://www.concurrences.com/en/review/issues/no-3-2017/articles/disruptive-innovation-and-merger-remedies-how-to-predict-the-unpredic> adresinden 15.10.2022 tarihinde alınmıştır.
3. Christensen, C. M., (1997). The Innovators Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail, *Harvard Business School Press, Boston, Massachusetts*.
4. Federico, G., Morton F. S. ve Shapiro C. (2019), “*Antitrust and Innovation: Welcoming and Protecting Disruption*”,<https://www.nber.org/papers/w26005>, adresinden 14.10.2022 tarihinde alınmıştır.
5. Kalfaoğlu, S., Akgemci , T. (2020). *Modern İşletmecilikte Yönetmel Konular*,https://www.researchgate.net/publication/346487491_YIKICI_INOVASYON, adresinden 14.10.2022 tarihinde alınmıştır.
6. King, A. ve Baatartogtokh B. (2015), “How Useful Is The Theory of Disruptive Innovation?”, *MITSloan Management Review*, 57(1), 77-91.
7. OECD (2015). “*The Impact of Disruptive Innovations on Competition Law Enforcement-SummaryofDiscussions*”, [http://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?cote=DAF/COMP/GF\(2015\)16/FINAL&doclanguage=en](http://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?cote=DAF/COMP/GF(2015)16/FINAL&doclanguage=en), adresinden 14.10.2022 tarihinde alınmıştır.
8. Olgun, B. (2022). *Rekabet Hukuku Perspektifinden Yıkıcı İnovasyon*, Rekabet Kurumu Uzmanlık Tezler Serisi (199), Ankara: Rekabet Kurumu Yayınevi.
9. Robles, E. (2015). “How To Identify Disruptive New Businesses”, *Review of Bussiness and Finance Studies*, 6(1), 121-130.
10. Schrepel, D.T. (2017). “*Predatory Innovation: The Definite Need for Legal Recognition*”,https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2997586, adresinden 13.10.2022 tarihinde alınmıştır.

11. Semercioğlu, B. A., (2019). *Yıkıcı İnovasyon (Disruptive Innovation) Nedir?*, <https://medium.com/t%C3%BCrkiye/y%C4%B1k%C4%B1c%C4%B1-i%CC%87novasyon-disruptive-innovation-nedir-52edb303bcb>, adresinden 13.10.2022 tarihinde alınmıştır.
12. TDK, (2022). <https://sozluk.gov.tr/> adresinden 13.10.2022 tarihinde alınmıştır.
13. Thomond, P., Lettice, F., (2002). Disruptive Innovation Explored, *Proceedings of the 9th ISPE International Conference on Concurrent Engineering, July 27-31, 2002, Cranfield, United Kingdom*.
14. URL1, (2022). <https://digitalage.com.tr/girisimcilikte-trend-yikici-inovasyon/> adresinden 13.10.2022 tarihinde alınmıştır.
15. URL2, (2022). <https://digitalage.com.tr/girisimcilikte-trend-yikici-inovasyon/> adresinden 13.10.2022 tarihinde alınmıştır.

57. Bölüm

Erkeklik Kavramı Üzerine Kısa Bir Değini

Gökhan TOPÇU¹

¹ Dr., Hacettepe Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Sosyal Hizmet Bölümü, Ankara,
e-posta: gokhant@hacettepe.edu.tr , ORCID No: 0000-0001-5205-0606

ÖZET

Bu metin, toplumsal cinsiyet ile erkeklik kavramı arasındaki ilişkiyi ele almaktadır. Başlangıç bölümünde, toplumsal cinsiyet kimliğinin tanımı ve önemi vurgulanmaktadır. Erkeklik kavramı, iktidar ve hegemonik erkeklik terimleri ile açıklanmaktadır. Ayrıca, modern dünyada erkeklik krizi tartışılmakta ve erkeklik kavramına dair tartışmalar gözen geçirilmektedir. Erkek hareketleri, feminizmi destekleyenlerden, geleneksel erkek rollerini yeniden canlandırmak isteyenlere kadar çeşitli grupları içermektedir. Medya, cinsiyet rollerini ve erkek temsillerini şekillendirmede önemli bir rol oynamaktadır. Metinde erkeklik ve toplumsal cinsiyet konularını ele alarak cinsiyet rollerinin karmaşıklığını incelemektedir. Toplumsal cinsiyet kimliği, kişinin kendini nasıl ifade ettiği ve toplum içindeki rolünü nasıl algıladığıyla ilgilidir. Bu nedenle, cinsiyet rolleri ve toplumsal cinsiyetin nasıl şekillendiği konusundaki bu tartışma, topluma dair daha geniş bir anlayış geliştirmeye yardımcı olabilir. Erkeklik kavramı, zaman içinde evrilip çeşitlilik göstermiştir. İktidar ve hegemonik erkeklik, erkeklerin toplum içindeki hâkim pozisyonlarını vurgulamaktadır. Ancak modern dünyada, bu geleneksel erkeklik anlayışı sorgulanmaktadır ve erkeklik kavramına ilişkin yeni tanımlar ortaya çıkmıştır. Bu değişen erkeklik tanımları, toplumsal cinsiyet dinamiklerini yeniden düşünmemizi gerektiriyor. Medya da bu konuda önemli bir rol oynamaktadır çünkü erkeklik ideallerini ve cinsiyet rollerini şekillendirmede etkili bir araçtır. Sonuç olarak, bu metin, toplumsal cinsiyet ve erkeklik konularını çeşitli açılardan inceleyerek, cinsiyet rollerinin karmaşıklığını erkeklik kavramı açısından değerlendirme yolunda bir değini olarak katkıda bulunmaktadır.

GİRİŞ

Toplumsal cinsiyet kimliği, "kişinin bir 'erkek' ya da 'kadın' olma duygusu ve kişinin biyolojik cinsiyetini kabulüne paralel olarak, sosyal psikolojik bir yapılanma olan toplumsal cinsiyetini de kabul etmesi" anlamında kullanılmaktadır. Bu erkeklik veya kadınlık duygusu çoğu zaman ‘erken’ yaşlarda kazanılır. Toplumsal cinsiyet kimliği kavramı evrensel olmakla birlikte, temel bireysel farklılıklar bu kimliklerin özellikleri içerisinde ortaya çıkmaktadır. (Herd, 1997).

Toplumsal cinsiyet eşitsizliği tartışmaları 1970’lerden başlayarak “kadın çalışmaları” başlığı ile yeni bir akademik çalışma alanı haline gelmiş, ancak bu alanda, cinsiyet temelli iktidar ilişkilerinin öznesi olarak “erkekliğin” ne olduğu ve nasıl analiz edilebileceği sorusu uzun zamanlar boyunca sorulmamıştır (Sancar, 2009). Oysa toplumsal cinsiyet kavramı içerisinde “kadın” ve “erkek” kimliklerinin her ikisini de barındırır. Ayrıca, toplumsal cinsiyete dayalı toplumsal beklentilerin, kadınlar kadar olmasa da, erkekler üzerinde de ciddi olumsuz etkileri vardır. Bu etkiler “bumerang etkisi” (Kuruoğlu, 2009) olarak adlandırmaktadır. Bununla anlatılmak istenen, erkeklerin yarattığı ve kendilerini egemen kıldıkları hegemonik ortamın zamanla tam tersine kendilerini de ezmeye başlamış olmasıdır (Atay, 2012). Bu yazıda, erkeklik ile ilgili konulardan, *erkekliğin tanımı, erkek hareketleri, medyada değişen erkek temsilleri, toplumsal cinsiyetin erkekler üzerindeki bazı sonuçları ve son olarak erkek kimliğinin kültürel yapılanmasının toplumsal cinsiyet bağlamında incelenmesi* amaçlanmıştır.

Erkekliğin Kavramı

Erkeklikle ilgili araştırmaların yanıtlamaya çalıştığı temel sorulardan biri erkekliğin ne olduğudur. Bu yöndeki çalışmalara bakıldığında, toplumsal cinsiyet bağlamında iktidar vurgusunun ağır bastığı tanımların yapıldığı dikkat çekmektedir. Örneğin, Sancar (2009), erkekliği, sürekli başka konumların “ne olduğu” üzerine konuşma hakkını kendi elinde tutan ve böylelikle içine bulunmakta olduğu konumu “sorgulama dışı” kılan bir “iktidar” konumu olarak tanımlanabileceğini belirtmektedir. Erkek ve erkeklik, başka konumlar ve kimlikler üzerine konuşan ama kendi konumu üzerine konuşulmayandır (Sancar, 2004; Kuruoğlu, 2009). Bu erkeklik tanımlarında dikkat çekilen “iktidar” konumunun, belki de erkeğin toplumsal cinsiyet kimliğinin en evrensel yönünü oluşturduğunu söylemek yanlış olmayacaktır.

Erkekliğin iktidar konumu tartışmaları, Connell (1998) tarafından ortaya atılan ve geniş bir kullanım alanı bulan “hegemonik erkeklik” ve bundan sapan erkeklik tanımları etrafında dönmektedir. Hegemonik erkeklik, beyaz, orta sınıf,

heteroseksüel, orta yaşta, tam gün işi olan erkeklerin özelliklerine denk düşmektedir. Connell, *Toplumsal Cinsiyet ve İktidar* adlı eserinde evrensel şekilde varlık gösteren ve erkeklerin toplumsal iktidar ilişkilerini denetleyip bu ilişkiler üzerinden oluşan nimetlerden faydalandıkları bir cinsiyet sisteminden bahseder. Connell'e göre, söz konusu sistemin işlemlerini mümkün kılan üç temel mekanizma vardır. İlki, kadın ve erkeklerin birbirlerinden çok farklı işler yapmalarına dayalı olarak farklı toplumsal konumlar ve bu konumlardan kaynaklanan farklı getiriler elde etmelerine yol açan *cinsiyete dayalı iş bölümü*dür. İkincisi, sınıf, ırk, etnisite, bölgesel gelişmişlik farklılıklarına dayalı iktidar ilişkileri ile cinsiyet farklarına ilişkin toplumsal ilişki örüntülerinin iç içe geçerek, *toplumsal cinsiyet sisteminin bir iktidar ilişkileri ağı olarak işlemesine* yol açmasıdır. Üçüncü olarak, cinsiyet sistemi Connell'in *kateksis* dediği, cinselliğin ve cinsel arzunun şekillendirdiği toplumsal ilişkilerin oynadığı rolü vurgulamaktadır (Sancar, 2009).

Connell'e göre, hegemonik erkeklik kendi kendine varlığını sürdüren ve sadece kültürel pratikler, gelenekler ve alışkanlıklar içine gömülü olan "erkeklik refleksleri"nden ve davranışlarından doğmaz. Hegemonik erkekliği üreten "olmazsa olmaz" kurumların varlığı önemlidir; devlet, yasalar, ticari şirketler, işçi sendikaları, heteroseksüel aile, ulusal ordu gibi kurumlar sayesinde, ekonomik ve kamusal faaliyetler homofobik-heteroseksüel erkeklik değerleriyle doğrularak meşrulaşır ve arzulanır ilan edilip ödüllendirilir. Hegemonik erkeklik farklı sınıfsal bağlamlarda ve farklı aile modelleri içinde farklı farklı işleyebilir. Yönetici sınıfa mensup ailelerde yaşam erkeğin "kariyer başarısı"na odaklıyken işçi sınıfının eril üstünlüğü ve ayrıcalıklı konumu "ailenin geçimini sağlama" becerisine bağlıdır (Sancar, 2009).

Bir yanda "hegemonik erkeklik" tartışmaları olurken öte yanda modern dünyanın ciddi bir "erkeklik krizi" ile karşı karşıya olduğu tezi tartışılmaktadır (Sancar, 2009). Bu kriz, geleneksel değerlerin yarattığı erkek kimliği ile modernizmin dayattığı erkek kimliği arasında sıkışıp kalmış olmaktan kaynaklanmaktadır (Kuruoğlu, 2009). Modernizmin dayattığı erkek kimliği, tüketim toplumu değerleri ve medya yoluyla "egemen erkek değerlerinin" tersi yönde şekillenen bir erkek kimliğidir. Diğer bir deyişle, egemen erkek kimliği değerleri önemini yitirmeye başlamış, bunun yerine imgeler, reklam, süs ve tüketim kültürünün egemen olduğu bir erkek dünyası oluşmaya başlamıştır (Sancar, 2009). Hatta erkek kimliğinde son yıllarda çok hızlı bir değişim yaşanmış ve bu durum araştırmacıları, değişim geçiren bu erkekleri tanımlayan yeni bir kavram geliştirmeye itmiştir: metroseksüel erkek. Aşağıda, değinilecek olan, Demir (2004) tarafından yapılan bir çalışmanın da gösterdiği gibi metroseksüel erkek kavramı dış görünüşe önem veren, bakımlı ve aynı zamanda,

feminen yönleriyle barışık, duygularını göstermekten çekinmeyen, kadını anlamaya çalışan, birlikte olduğu kadının özgürlüğüne saygı duyan kültürlü erkek özelliklerini içeren bir kavramdır.

Erkek Hareketleri

Erkek hareketi 19. yüzyılda kadınların oy kullanma hakkı hareketiyle başlayan kadın hareketinin bir yansımasıdır. Bu dönemde, kadınların oy kullanma hakkı hareketi, erkek rollerine yapılan tek meydan okuma değildi. Tarım toplumundan endüstri toplumuna değişimle birlikte erkekler, kendilerini erkeklikleri içinde artan bir biçimde sınırlandırılmış hissetmekteydi. Erkek hareketinin ilk kurucusu, Boy Scouts'dur. Scouts, erkeklerin ve erkek çocukların ev dışı etkinliklerini içeren konular üzerinde durmuştur. Çağdaş kadın hareketi ayrıca, erkekleri yasal, sosyal, kişisel roller ve ilişkiler ile ilgili mevcut konularla ilgili olarak sorgulamış ve meydan okumuştur. Bazı erkekler bu sorunları görme konusunda başarısız olurken bazıları bu sorunların kendi yaşamlarıyla nasıl bir ilişkisi olduğu üzerine düşünmeye başlamışlardır.

1970'lerde bu endişeli erkekler bazen güç eşitsizliklerine ve erkeklere verilen ayrıcalıklara son verme ile ilgilenen feministler oldular, çünkü bu erkekler erkek cinsiyet rollerinin onları da sınırlandıran yönlerini fark ettiler. Brannon (2002) bu durumu şöyle dile getirmiştir: "Zamanla fark ettim ki, gerçek potansiyellerimiz ne olursa olsun tanıdığım diğer erkeklerle birlikte, erkek cinsiyet rolünün hazır kalıpları tarafından sınırlandırılıyor ve yönlendiriliyorum".

Erkek hareketinin üyeleri genel sorunlarını tartışıp kendilerine destek arama yoluna gitmişler ancak onların etkinlikleri kadınlarınki kadar geniş çapta örgütlere ve politik güce dönüşmemiştir. Bu grupların çoğu küçük ve yerel düzeyde gruplar olarak kaldılar fakat birkaç tanesi ulusal örgütler haline geldi.

Psikoloji içindeki Erkek ve Erkeklik Üzerine Psikolojik Çalışma Topluluğu 1995'te ayrı bir konum kazandı ve Amerikan Psikoloji Birliği'nde "Division 51" olarak anılmaya başlandı. Division 51'in amaçları şöyledir; (1) toplumsal cinsiyet rollerinin nasıl şekillendiği ve erkeklerin hayatını nasıl sınırlandırdığı konusundaki araştırmaları arttırmak; (2) erkeklerin kendi insani potansiyellerini yaşamalarına yardım etmek; (3) erkeklerin gelişimini kısıtlayan ve diğerleri üzerinde baskılara yol açan erkeklik tanımlarını aşındırmak (Brannon, 2002).

Bir diğer erkek hareketi feminizmi destekleyen erkeklerden geldi. Profeminizm terimi, ilk defa Eylül 1996'da Quebec'te gerçekleştirilen Feminizm Konferansı'nda kabul edilmiştir. Profeministler, kadın hareketleri ve üniversite bünyesindeki kadın topluluklarının verdikleri feminist mücadeleyi desteklemekte ve erkek egemenliğinin ortadan kalkması için erkek olarak, söz konusu egemenliğin var olduğunun ve anlaşılması gerektiğinin bilincinde, toplumsal

cinsiyetin, ayrımcı bir faktör olmaktan çıkmasını istemektedirler (Messner, 1997).

Erkek hareketi içindeki diğer ulusal gruplar, kadın hareketiyle yok edildiğine inandıkları geleneksel toplumsal cinsiyet rollerini yeniden canlandırmakla ilgilenmişlerdir. Bu hareketler feminizme karşı başlatılmış ve erkek haklarını savunmuşlardır (Fox, 2004).

Bu hareketlerden biri, bir tür kendine yardım hareketi olan Mitopoetik erkek hareketidir. Bu hareketin başlangıç noktası olarak 1983'te Robert Bly'nin New Age dergisindeki röportajı görülür. Bu hareket adını Robert Bly'nin "*Iron John: A book about men*" kitabından almıştır. Bu eserinde Robert Bly erkeklerin erilliklerini kaybedişini, Grimm kardeşlerin bir hikâyesi aracılığıyla anlatmaktadır. Mitopoetik erkek hareketinin amacı erkekleri bir araya getirerek bu yarayı tedavi, hafta sonu kaçışları, davullar ve şarkılar ya da ayinler gibi değişik yöntemlerle iyileştirmektir. Fakat bu hareketle ilgili eleştiriler, övgülerden fazladır. Bly'nin görüşleri anti-feminist bir yaklaşım olarak değerlendirilmiştir (Brannon, 2002).

Promise Keepers örgütü ise, yeni muhafazakârlığın, Protestan Hristiyanlığın bir parçasıdır ve erkekleri aile reisliği konumlarını geri istemeleri, rollerine uygun yaşamaları ve eşlerine ve çocuklarına bağlılıklarını korumaları konusunda teşvik etmektedir. Promise Keepers, genellikle Protestan hareket ile ilişkili ırkçılığa karşıdır, fakat eşcinselliği ve kadınlarla eşit bir partner ilişkisini kabul etmezler (Brannon, 2002).

Erkek hareketini çeken diğer bir vasiyetname, 16 Ocak 1995'te Washington'da toplanan Milyonlarca Erkeğin Marşı (Million Man March)'dır. Louis Farrakhan ve İslam Alemi (Nation of Islam) tarafından örgütlenmiş olan marş ABD'deki tüm Afrikalı Amerikalı erkekleri Washington'da bir araya getirmiştir. Farrakhan'ın gündemi, Promise Keepers'inkilerle benzerdir; onlar da erkeklerin aile reisliği konumunu geri istemektedirler. Bu hareket ayrıca, eşcinsel kadınları ve erkekleri ve de Afrikalı Amerikalı olmayanları reddetmektedirler (Brannon, 2002).

Promise Keepers'ın hafta sonu toplantılarına katılan ve Milyonlarca Erkeğin Marşı'na katılan erkeklerin sayısı (dört yüz binle bir milyon arasındadır), erkek hareketinin bazı biçimlerine yönelik artan bir ilgiyi temsil etmektedir. Bununla birlikte, erkek hareketinin bu farklı biçimlerinden hiçbiri, kadın hareketinin kamuoyu ve toplumsal politikadaki etkisini ortaya koyamamışlardır (Brannon, 2002).

Medya: Değişen Erkek Temsilleri

Günümüzde, kitle iletişim araçları, özellikle televizyon, cinsiyet rolleri kalıp yargılarını yeniden üreten önemli bir araçtır. Bu araçlar toplumsallaşma sürecinde yer alan cinsiyet kalıp yargılarını bir kuşaktan diğerine ve toplumun yeni üyelerine aktaran temel kurumlardan birisidir. Kadınların ve erkeklerin medya betimlemeleri kabul edilen ve istendik davranış imgesini biçimlendirmede oldukça güçlü bir etkiye sahiptir.

Bir on yıl öncesinde, toplum bilimcilerin medyada kadın ve erkek temsilleri üzerine yazdıklarına bakıldığında şu ifadelerle karşılaşılmaktadır:

“Kadınlar ve erkekler medyada birçok açıdan kalıp yargısal olarak betimlenmektedir ve sistematik olarak yanlı bir bakış açısıyla sunulmaktadır. Medyanın çekici olarak sunduğu kalıp yargısal betimlemeler, kadınlar ve erkekler için sınırlayıcı olan rolleri sürdürmektedir” (Brannon, 2002). Kadın ve erkek karakterlerin bireysel özellikleri geleneksel kalıp yargılarını yansıtmaktadır (Binark, 1997).

Bu ifadelerde ortak olan unsur hem kadınların hem de erkeklerin medya betimlemelerinin cinsiyet kalıp yargılarına uygun biçimlendirildiğidir. Bu biçimlendirme günümüzde kadınlar için hala büyük ölçüde geçerli görünürken erkekler açısından bazı özelliklerin değişikliğe uğradığı dikkat çekmektedir. Erkeklerin medya betimlemeleri, günümüzde “metroseksüellik” olarak adlandırılan yeni bir erkek modelini öne çıkarmaktadır.

Günümüzde insanların eriştikleri toplumsal statü tüketimlerine ilişkin kalıplarla belirlenmektedir. İnsanlara tükettikçe birey olabilecekleri, tükettikçe başkalarından farklılaşabilecekleri düşüncesi dayatmaktadır. Gündelik ilişkileri şekillendirme etkisiyle reklamlar, farklılık kavramının altını çizerek bireylere erişebildikleri tüketim maddeleri yoluyla farklılaşmış bireyler olabileceklerini müjdelemektedirler. Bireyler kimliklerini geliştirebilmek, farklı olabilmek ve var olabilmek için tüketim kalıplarına yönelmektedirler (Demir, 2004).

Tüketim toplumunda bireylerin kendi kimlikleriyle özdeşleşmeleri, medya aracılığıyla üretilen sosyal pratikler sayesinde gerçekleşmektedir ve toplumsal idealleri yansıtan medya erkekleri de tüketici kitle haline getirebilmek amacıyla ideal kadın tipinin yanında ideal erkek tipine de yer vermeye başlamıştır. Medyanın ürettiği bu ideal erkek kimliği “metroseksüel erkek” kimliğidir (Demir, 2004).

Metroseksüel erkek, manikür yaptıran, tırnaklarını cilalayan, saçını boyayan veya röfle, balyaj yaptıran, küpe takan, dudak parlaticısı gibi makyaj malzemeleri kullanan, solaryuma ve epilasyona giden, kısacası dış görünüşüne kadınlar gibi özen gösteren, ama cinsel tercihlerini kadınlardan yana kullanan erkeklerdir (Demir, 2004).

Demir (2004) tarafından yapılan bir çalışmada, metroseksüel erkek rol modelinin ve özelliklerinin ortaya koymaktadır. Bu çalışmada, FHM, Boxer ve Esquire dergilerinin 2005 yılında yayımlanan bazı sayılarında yer alan 36 adet reklam fotoğrafı göstergebilimsel analizle incelenmiştir.

Bütün reklam fotoğraflarında yaklaşık aynı kodlar ve göstergeler kullanılmaktadır. Bu fotoğrafların tümünde erkeklerin hafif bir makyaj yaptıkları görülmektedir. Gözler kalem çekilerek, dudaklar ise parlatici, uçuk pembe ve mat rujlarla belirginleştirilmiştir. Erkek modellerin üst bedenleri çıplak olacak şekilde resimlendiği ve göğüs bölgelerindeki tüylerin alındığı belirlenmiştir. Diğer bir metroseksüel özellik beden duruşlarıdır. Beden duruşları kadın modellerin erotik dergilerdeki pozlarına benzer bir biçimde davetkârdır. Beden duruşları, ağzın yarı açıklığı bakışları ve bedenin yarısının çıplak olması cinsellikle ilgili çağrışımlara neden olmaktadır. Son olarak, kadınsı bir takım özelliklerle betimlenmektedirler. Örn, çöpleri atmaya çıkma, sinemada ağlama, altı çocuk isteme, çiçeklerle konuşma gibi. Saç ve cilt bakımının ihmal edilmemesi gerektiği yine dergilerde yer verilen ifadeler arasındadır.

Reklâm mesajlarında, bedeni kuşatan arzu söylemi; sağlık, perhiz, tedavi kültürü, gençlik, zariflik, erilik/dişillik saplantısı, bedenle ilgili bakımlar vb. etrafında gelişmektedir. Böylece, özne kendi bedenini bölünmüş bir fetiş, bir tüketim nesnesi gibi algılar hale gelmektedir ve kendi zihnindeki temsile ulaşmaya ve bunu diğerlerine sergilemeye çalışmaktadır (Demir, 2004).

Diğer yandan, bazı kitle iletişim araçlarının eğlence sunduğunu ve insanların buralarda sunulan betimlemelerin doğru olmadığını bildiklerini ileri sürmektedir. Eğlence programlarının hayali olduğu bilgisine rağmen, insanlar gerçek yaşamlarında benzer karakterlerle karşılaştıklarında bu programların sunduğu toplumsal cinsiyet mesajlarından oldukça güçlü bir şekilde etkilenebilmektedirler. Bir karakterin hayali olduğunu bilmek bu karakterin çekiciliğini ve önemini azaltmaz (Brannon, 2002).

Erkek Kimliğinin Kültürel İnşası

“Başlangıçta Tanrı her halka kilden bir bardak verdi, bu bardaktan onlar kendi yaşamlarını içtiler.”

Digger Kızılderilileri’nin bir atasözü

Başlangıçta yalnızca cinsiyet ve cinsiyet kategorisi vardır, ancak ondan sonraki her şey toplumsal cinsiyettir ve toplumsal cinsiyeti “olduğumuz değil yaptığımız bir şey”dir (Hendrick, 2009). Başka bir deyişle toplumsal cinsiyet kadınlık ve erkeklik özelliklerinin kültürel yapılanmasını anlatır.

Farklı kültürlerde kadınlık ve erkeklik özelliklerinin büyük bir çeşitlilik gösterdiği ve bu çeşitliliğin kültürel olarak yapılandığını ortaya koyarak

toplumsal cinsiyet alanına önemli katkı sağlayan erken dönem araştırmalar Antropoloji alanından gelmektedir. “Kadın” ve “erkek” kategorilerinin kültürel olarak nasıl anlaşıldığı, farklı toplumlarda bu kategorilerin nasıl oluştuğu, kadınlık ve erkekliğin doğal (biyolojik) belirlenişinin mi, kültürel belirlenişinin mi önemli olduğu tartışılmış, bu tartışma insanın evrenselliği, kültürlerin özgüllüğü temelinde sürmüştür (Kottak, 2001).

Toplumsal cinsiyet rollerindeki çeşitlilikler üzerine ilk etnografik çalışmayı yapan antropolog Margaret Mead şu soruyu sormaktadır: Eğer biyolojik cinsiyet, gözlenen cinsiyet farklılıklarını tek başına üretmekteyse, 1920 ve 1930’larda, neden farklı kültürlerde *farklı* kadınlık-erkeklik tanımlamaları ortaya çıkmaktadır? “Üç İlkel Toplumda Cinsiyet ve Mizaç (Sex and Temperament in Three Primitive Societies)” başlıklı çalışmasında, Mead (1963), toplumsal cinsiyetin çarpıcı bir zenginlik ve çeşitlilikteki kültürel yapılanmalarının antropolojik bir araştırmasını sunmaktadır (Herdt, 1997).

Mead, Yeni Gine Arapesh, Mundugumor ve Tchambuli’leri arasında bir alan çalışması yapmıştır. Bu çalışma, erkek ve kadın kişilik özellikleri arasındaki farklılaşmanın kültüraşırı ya da kültürlerarası bir incelemesiydi. Mead’ın incelediği Arapeshler, genel olarak bizim değerlerimizle kadınsı bir toplumdur. Kadınlar ve erkekler aynı derecede pasif, nazik ve yumuşak olup, ev işleri ve çocuk yetiştirmede ortaklaşa görev görürler. Buna karşılık Mundugumor yerlilerinde erkekler ve kadınlar bizim ölçülerimizle daha çok erkek rolünü benimsemişlerdir. Her iki cinsiyet de gene aralarında derin bir cinsel iş bölümü olmaksızın erkeksi bir biçimde yetiştirilmektedir. Tchambuli yerlilerinde ise, kadınlar saldırgan, hâkim bir rol oynarken erkekler bizim ölçülerimizle kadın rolünü benimsemiş durumdadırlar (Kottak, 2001).

Herdt’e (1997) göre, eğer bizim geleneksel olarak kadınsı diye adlandırdığımız özellikler (pasiflik, duyarlılık, çocuk yetiştirme gönüllülüğü gibi), kolayca bir kabilede maskülen hale gelebiliyorsa ya da bir diğerinde erkekler için olduğu kadar kadınlar için de uygunsuz görülebiliyorsa, o zaman bu davranış biçimlerini cinsiyet temelli açıklayamayız artık. Ayrıca, Tchambuli’deki -resmi ataerkil kurumların varlığına karşın- baskın olan cinsiyetin bizim kültürümüzün tamamen tersi biçimde olduğu dikkate alındığında, varılan bu sonuç daha da güçlenmektedir.

Toplumsal cinsiyet kimliğinin kültürel yapılanmasına ilişkin diğer bir bulgu, Papua Yeni Gine’nin Doğu Highlands bölgesinde yerleşmiş ve nüfusu iki binden fazla olan Sambia kabilesinden gelmektedir. Sambia yaşam biçiminin kültürel ideallerine göre, cinsel gelişim, erkekler ve kadınlar için temel olarak birbirinden farklıdır. Biyolojik kadınlık, ‘doğal olarak’ yeterli ve doğuştan tamamlanmış olarak görülür. Bunun aksine, erkeklik sorunludur; erkek çocukların ritüellerin

aracılığı olmadan “doğal bir şekilde” yetişkin yeterliliğine ulaşamayacaklarına inanılmaktadır. Sambia kültüründe, yaşa göre yapılanmış olan eşcinsel erotik ilişki pratiği, yetişkinliğe bir geçiştir. Bu ilişki pratiği, geçiş sürecindeki erkek çocuklarının, yetişkin erkekler tarafından oral yolla döllenmeleri (insemination) ritüeline dayanır. İdeal olarak, erkekler evlenip baba oldukları zaman, erkek çocuklarla olan bu eşcinsel erotik ilişkileri sona erer (Herdt, 1997).

Sambia kültüründe, erkekler evlendikleri zaman, çocuklarla olan cinsel ilişkilerini sona erdirmek zorundadırlar (Herdt, 1997). Buna karşın, bazı erkekler, bu ilişkileri çok zevkli buldukları için sonlandırmazlar. Bizim kültürümüzde, cinsel tercihlerinden ve arzularından dolayı bu bireyler büyük olasılıkla eşcinsel olarak adlandırılırlardı, etiketlenip dışlanırlardı, ancak Sambia’da böyle bir durum söz konusu değildir

Mojave Hintlileri arasında ise, geç-çocukluk döneminde yapılan özel bir törenle, eşcinsel erotik ilişkilere izin veren üçüncü toplumsal cinsiyet rolüne geçiş yapılır. Mojave çocukları, 10 yaşları civarında, üçüncü toplumsal cinsiyete yönelik bir değişimin ortaya çıkıp çıkmayacağını belirlediği bir törene katılırlar. Tören ebeveynler tarafından düzenlenir. Çocuğa giymesi için ‘kadın giysileri’ verilerek ‘şaşırtılır’ ve bu arada akrabalar da çocuğun tepkilerini izlerler; çocuk kendi cinsiyetinin görev ve uğraşlarını reddeder ve kendi cinsiyetine ait oyunları oynamaz. Mojave insanları, bu cinsiyet değişimine ilişkin işaretlerin, çocuğun bir erkek-kadın olması hakkında ‘gerçek’ bilgi sağladığına inanırlar. Bu ritüel ile, çocuk kendi toplumsal cinsiyet rollerini bozarak, kültür içinde yeni bir varoluş ve toplumsal konuma geçer. Devereux’ya göre, bu tören, bir kabul töreni olmasının yanı sıra çocuğun gerçek arzularının test edilmesini de sağlar. Ebeveynler genelde çocuklarındaki bu değişim konusunda çelişkilidirler ve bunu istemeyebilirler. Yine de, Mojave kültürü, çocuğun davranışlarını kabul eder ve onun toplumsal cinsiyete ilişkin tercihlerini destekler (Herdt, 1997).

Toplumsal Cinsiyetin Erkekler Üzerindeki Etkileri: Görül (e)meyen Gerçeklik

Erkekler, kadınlarla erkeklerle olduğundan daha kolay duygusal yakınlık geliştirmektedir. Kadınların arkadaşlığının tipik bir özelliği olan yakın paylaşım ve kendini açmayı erkeklerin tümü öğrenememekle birlikte, çoğu bunu yapar ve bu erkekler kadınlarla ilişkilerinde bu sitili kullanırlar. Bazı araştırmaların işaret ettiği gibi homofobi -eşcinsellik korkusu ve düşmanlığı- erkekleri başka erkeklerle duygusal yakınlık arama konusunda sınırlandırmaktadır. Erkekler bu sitili bilmelerine karşın onu kullanma konusunda tereddütlü olabilirler. Kadınlar ilişkilerde uzman olarak kabul edilmesine rağmen, çoğu erkek ilişkilerinde yetersizlik hisseder çünkü onlar duygusal, yakın ilişki sitiliyle ilişkili problemler

yaşayabilmektedirler (Brannon, 2002).

Diğer yandan toplumsal cinsiyetle ilgili beklentilere uymayan davranışların kadınlar için olduğu gibi erkekler için de bazı olumsuz sonuçları vardır. Örneğin, erkeklerin “güçlü” olmaları beklendiği için, başkaları önünde ağlayan bir erkek “aşırı duygusal” ya da “zayıf” biri olarak görülebilir. Bu durumda, “zayıf bir erkek işyerinde ilerleyemeyebilir, iş arkadaşları tarafından daha az sevilir ya da “garip” olarak etiketlenebilir (Hendrick, 2009). Ayrıca, toplumun erkek kimliğine ilişkin beklentilerini karşılayamadığı için kendisini değersiz bulanlar, erkekliklerini abartılı bir biçimde yaşayarak üstün bir varlık olabilecekleri düşüncesine kapılırlar (Kuruoğlu, 2009).

Toplumsal cinsiyet rollerine ilişkin toplumsal beklentileri yerine getirme sürecinde karşılaşılan zorluklar erkeklerin bu rollere bağlı depresyon yaşamalarıyla sonuçlanabilmektedir. Erkeklerde toplumsal cinsiyet rolleriyle oluşan depresyonlardan biri başarısızlık depresyonudur. Çoğu erkeğin yaşamında, bir iş sahibi olma, ailenin geçimini sağlama ve gelecek endişesi karşılaşılan büyük zorluklardır. Bu zorluklar, özellikle başarılı erkeğin “erkek” sayıldığı bir toplumda erkekler üzerinde ağır bir yükür. Bu hayatını kazanma zorunluluğu, ayrıca pek çok erkeğin yaşamını kişisel tercih ve yetenekleri doğrultusunda gerçekleştirmesini engelleyerek de depresyon kaynağı olabilmektedir. Erkeklerin yaşamında, toplumsal cinsiyet rollerine bağlı yaşanan depresyonlardan bir diğeri de cinsel iktidarsızlıktır (Navaro, 2010). Erkekliği cinsel yeterliliğe bağlayan toplumsal bağlar o kadar güçlüdür ki, bu erkeklerin kendi bedenlerini rahat ve keyifli bir biçimde deneyimlemelerini engeller (Segal, 1992). Bu durum, erkekleri, çok sayıda kadını baştan çıkarma ya da saldırgan davranışlarda bulunma gibi yollarla erkekliklerini abartılı bir biçimde yaşamaya itebilir (Kuruoğlu, 2009).

Navaro (2010), depresyonun genellikle ağlama krizleri, fazla uyku, enerji eksikliği gibi egemen söylemde “zayıflığı” simgeleyen dışa vurumlarının, toplum tarafından erkeklere yakıştırılmadığını, erkeklerin, depresyonla genelde yalnız başına mücadele etmek zorunda kaldıklarını ve bunun toplumun onlara yüklediği ağır bir yük olduğunu belirtmektedir. Yazar ayrıca, çoğu erkeğin yaşamakta olduğu keder, acı ve üzüntüyü cinsel arayışlar, alkol ve benzeri maddelerle geçiştirmeye çalıştıklarına dikkat çekmektedir. Ona göre, cinsel arayışlar ve alkol, erkek depresyonunun normalleştirilmiş toplumsal ilacıdır.

Bu noktada, toplumun erkeklerin bu tür sağlıklı davranışlarıyla iş birliği etmesi dikkat çekicidir. Toplumsal yapılar, iki cinsiyet arasındaki toplumsal cinsiyete dayalı ilişkileri hem üreten ve sürdüren hem de erkeklerin ve kadınların bu ilişkilerden kaynaklı olarak yaşadıkları baskıları nasıl dışa vuracaklarını belirleyen bir güce sahiptir.

SONUÇ

Toplumsal cinsiyet ayrımcılığı kadınlarla kıyaslandığında erkeklerin hala lehine görünmekle birlikte, görünenin altındaki gerçekliğe dikkatlice bakıldığında, aslında erkekler üzerindeki etkilerinin de ciddi boyutlarda olduğu rahatlıkla görülebilir. Burada, feminist ve/veya akademisyenlere düşen görev toplumsal cinsiyeti hem kadın hem de erkek açısından eşit ve doğru bir biçimde okuyarak bu bağlamdaki toplumsal standartları değiştirme konusunda, kadın-erkek iş birliğine dayalı ortak bir hareket noktası belirlemeye yardımcı olmak gibi görünüyor.

REFERANSLAR

1. Atay, T. (2012). Çin işi Japon işi: Cinsiyet ve cinsellik üzerine antropolojik değiniler. İstanbul: İletişim Yayınları.
2. Binark, M. (1998). Enformasyon Toplumu ve Teknokratik Örgütlenme. 20. Yüzyılın Sonunda Kadınlar ve Gelecek Konferansı Bildirileri. Ankara: TODAİE Yayınları.
3. Brannon, L. (2005). *Gender: Psychological perspectives* (4th ed.). Pearson/Allyn and Bacon.
4. Connell, R.W. (1998). *Toplumsal Cinsiyet ve İktidar*, İstanbul: Ayrıntı.
5. Demir, N. K. (2004). Erkek Dergilerindeki Reklam Fotoğraflarında (yeniden) Üretilen Metroseksüel Kimlik. H. Kuruoğlu (Ed.) *Erkek Kimliğinin Değiş(e)meye)n Halleri*. İstanbul: Beta Yayınevi.
6. Fox, J. (2004). How men's movement participants view each other. *The Journal of Men's Studies*, 12(2), 103-118.
7. Hendrick, S.S. (2009). *Yakın ilişkiler psikolojisi*. (Çev. Ed. A. Dönmez). Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
8. Herdt, G (1997). *Same sex, different cultures: Exploring gay and lesbian lives*. Boulder, CO: Westview Press.
9. Kottak, C. P. (2001). *Antropoloji*. Ankara: Ütopya Yayınevi.
10. Kuruoğlu, H. (2009). Erkek Kimliğinin Değiş(e)meye)n Halleri. İstanbul: Beta Yayınevi.
11. Mead, M. (1963). *Sex and temperament in three primitive societies* (Vol. 370). New York: Morrow.
12. Messner, M. A. (1997). *Politics of masculinities: Men in movements*. Altamira Press.
13. Navaro, L. (2010). *İki Boy Ufak Pabuç*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
14. Sancar, S. (2004). Otoriter Türk modernleşmesinin cinsiyet rejimi. *Doğu Batı*, 7(29), 197-211.
15. Segal, L. (1992). *Ağır Çekim Değişen Erkeklikler Değişen Erkekler*. (Çev. V. Ersoy). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
16. Sancar, S. (2009). *Erkeklik: İmkansız İktidar*. İstanbul: Metis Yayınları. *studies*,12(2), 103-118.

58. Bölüm

Gündem Bağlantılı Reklam Örneği Olarak Turkcell “Gönül Bağı” Reklam Filmlerinin Analizi

Gülten ADALI¹

¹ Doktor Öğretim Üyesi, Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi, Reklamcılık Bölümü.
gultenadali@akdeniz.edu.tr Orcid no:0000-0002-7068-4482.

ÖZET

Varlıklarını sürdürmek isteyen markaların, toplumun isteklerine ve ihtiyaçlarına duyarlı olması, çevreyi koruması, toplumsal problemlere çözüm getirebilecek potansiyel taşıyan projelere destek vermesi, sağlıklı bir ekonomik ortam yaratması, günümüzde bir gereklilik haline gelmiştir. Markalar, tüketiciler ile sürdürülebilir ve sağlıklı bir iletişim sağlamak için kendilerini ve ürünlerini zihinlerde canlı tutmaya çabalarken ülkenin içinde bulunduğu koşullardan da doğrudan etkilenirler. Bu bağlamda gündem bağlantılı reklam stratejisini de sıklıkla tercih ederler. Bu çalışmada araştırma konusu gündem bağlantılı reklamdır. Gündem kuramı çerçevesinde teorik alt yapısı değerlendirilmekle birlikte, Turkcell markasının televizyon ve sosyal medya mecralarında yayınladığı reklamları üzerinden gündem bağlantılı reklam analizi içerik analizi yöntemi ile tamamlanmıştır. Araştırmada iletişim alanında öne çıkan teorilerden biri olan gündem oluşturma'nın reklam ile ilişkisi örnekler üzerinden analiz edilerek gündem-reklam dikotomisi açıklanmaya çalışılmıştır.

Anahtar kelimeler: Reklam, Reklam stratejisi, Gündem bağlantılı reklam, İçerik analizi.

GİRİŞ

Günün öne çıkan konularını ifade eden gündem kavramı, çoğunluğun dikkatini çekebilmiş etkileyici haberlerden oluşmaktadır. Gündemin etkisi önem derecesine göre değişmekle birlikte gündem yaratmış söz konusu olayın, toplum bazında çeşitli duygulara dönüştüğü, toplumun hafızasında kalan ve toplumsal hafızayı besleyen bir tarafı olduğu da yadsınamaz bir gerçektir. Reklam, içerik kurgusu ve sunumuyla kimi zaman gündemin kendisini oluşturmakta, kimi zaman ise gündem konularını kendine dönüştürmekte ve adeta reklama konu olan ürün ya da hizmetin sunumunda bir anlatım biçimi olarak gündemden yararlanmaktadır (Demir, 2019: 56).

Reklamlar ticari olduğu kadar toplumsal ve kültürel yönüyle de önem taşımaktadır. Bu bağlamda kamuoyu yararı gözetilerek hedef kitleye içerikler sunulabilmektedir. Söz konusu yararı öncelik edinen ve sosyal sorumluluğu dikkate alan yapımlar olarak, gündem bağlantılı reklamlar öne çıkmaktadır. Bu tür reklamlarda farkındalık oluşturmak önemlidir ve reklamın kitlesi etki altına alınarak hareket edilmektedir (Yüksel, 2021).

Markalar, tüketiciler ile sürdürülebilir ve sağlıklı bir iletişim sağlamak için kendilerini ve ürünlerini zihinlerde canlı tutmaya çabalarken ülkenin içinde bulunduğu koşullardan da doğrudan etkilenirler. Bu bağlamda gündem bağlantılı reklam stratejisi ile güncel gelişmelere göndermeler yapan reklam içeriklerini sıklıkla kullanırlar. Proaktif reklam stratejileriyle anlık gelişmelere ve yaşanan değişimlere ilişkin hızlı tepkiler vererek tüketicilerin dikkatini çekebilir ve toplumsal olaylara ilişkin farkındalık yaratabilirler (Geçit & Ayaz, 2018).

Toplumdan aldığını topluma geri vermek ve işletmenin faaliyetlerinde toplum yararını gözetmesi ilkelerine dayanan kurumsal sosyal sorumluluk anlayışı, işletmelerin ürettikleri ürün ve hizmetleri en iyi şartlarda pazarda tanıtımları ve marka imajını güçlendirmeleri açısından önemli bir yere sahiptir (Özdemir, 2009). Gündem bağlantılı reklam da kurumsal sosyal sorumluluk projelerinin vitrin yüzü konumundadır. Bu sayede markalar toplum için yarattıkları değerleri ve sundukları katkıları tüketiciyle paylaşabilir.

Sosyal sorumluluk sahibi, dünya ve ülke sorunlarına duyarlı markaların tüketici tarafından daha olumlu bir imaja sahip olduğu ve tüketicilerin alışveriş tercihlerinde bir adım öne çıktığı dahası markaların toplumda daha saygın bir yere sahip olduğu, verdikleri mesajların daha kolay algılandığı ve benimsendiği bilinmektedir (Özdemir, 2009: 69). Bu çalışma kapsamında ele alınan markanın tarihine bakıldığında eğitimden teknolojiye, kültür-sanattan spora çeşitli etkinliklere de destek verdiği görülmektedir. Turkcell'in eğitim alanında yürütmekte olduğu sosyal sorumluluk projeleri şunlardır: Kardelenler, Geleceğe Koşanlar ve Gönül Köprüsü. Turkcell spor alanında pek çok projeye destek

vermekte etkinliklere sponsorluk yapmaktadır. Bunlar; Türk Milli Futbol Takımı'nın Ana Sponsorluğu, Türk Milli Basketbol Takımı'nın Resmi Sponsorluğu, Turkcell Fair Play Ligi, Turkcell Süper Lig kulüp sponsorlukları, Milli Takımlar Turkcell Tesisleri, TSYD spor basını seminerleri, Davis Cup ve Turkcell Legends'dir. Kültür-sanat alanında yürüttüğü projelerden ilki “Bodrum Antik Sur Restorasyonu” projesidir. İstanbul Kültür Sanat Vakfı tarafından düzenlenen Uluslararası İstanbul Film Festivali'ne 6 yıl Festival Sponsoru, Uluslararası İstanbul Caz Festivali'ne ise 9 yıl Gösteri Sponsoru olarak destek veren Turkcell, 2005 yılından beri İKSV'nin Resmi İletişim Sponsorluğu'nu üstlenmiştir. Turkcell'in 2008 yılında yürütmeye başladığı “Yeşilçam Ödülleri” projesi Türk sinemasının usta yönetmenlerine, yapımcı, oyuncularına destek olunmaktadır. İçinde yaşadığı topluma ve toplumsal konulara duyarlılığı ile tanınan ve tüketicinin zihninde böyle bir konumlandırmaya sahip olan marka sosyal sorumluluk kampanyalarını gündem bağlantılı reklam filmleri ile duyurmakta, kimi zaman bu projeye katılan insanların hayat hikayelerinden kimi zaman ise kampanyaların elde ettikleri başarılarından bahsetmektedirler. 6 Şubat 2023 tarihinde ülkemizde yaşanan asrın felaketi olarak nitelendirilen ve 11 şehri derinden etkileyen deprem afetine karşı marka sessiz kalmayarak Gönül Bağı Projesi'ni hızlıca (depremden 2 ay sonra) hayata geçirmiştir. Çalışma kapsamında Türkiye'nin en büyük GSM operatörlerinden başında gelen Turkcell markasının “Gönül Bağı” adını verdiği ve bölgelerin kalkınmasına ve yeniden toparlanmasına katkıda bulunacak bir dizi çalışmanın anlatıldığı reklam dizisi içerik analizi yöntemi ile incelenecektir.

Gündem bağlantılı reklam stratejisi, yayınlandığı tarih itibarıyla o tarihteki kamuoyu gündemi, özel gün, belli bir olay ile bağlantılı, olaya paralel, ilgili, olaya gönderme yapan, gündem takibi yapılarak oluşturulmuş reklamları ifade eder. Bu çalışma için gündem belirleyici 6 Şubat 2023 tarihinde Türkiye'nin 11 ilini doğrudan etkileyen Kahramanmaraş merkezli depremdir. Büyük ve sarsıcı depremin ardından markalar deprem bölgesine yardım için ellerine taşın altına koymaya başlamış, bazı markalar geçmiş olsun mesajları ile bölgede yaşananlara duyarsız kalmamıştır, elbette ki bu gelişmeler bölgenin yeniden yapılandırılması için katkı sunsa da yardımların sürdürülebilir olması çok daha önemlidir. Bu bakımdan bu çalışmada incelemeye konu olan Turkcell Gönül Bağı Projesi pek çok farklı açıdan bölgenin kalkınmasına katkı sunan, bölgede yeniden istihdam sağlamak ve esnafın yeniden hayata tutunması için destek vermektedir. Kampanya tanıtımı için hazırlanan 2 reklam filmi televizyonda birbirini tamamlar şekilde yayınlanmıştır. Bu araştırmada bu reklam filmleri analiz edilecek ve kampanyada kullanılan reklam stratejisi üzerinde durulacaktır.

Bu çalışmayı gündem oluşturma ve reklam içerikli çalışmalardan ayıran ve özgün kılan yan ise şimdiye değin yapılan çalışmaların reklam- gündem dikotomisinde özel günlere yer verilmiş olmasıdır. Bu çalışmada ise kutlanan özel bir gün değil, tüm ülkeyi derinden sarsan ve yüzyılın afeti olarak adlandırılan Kahramanmaraş (06 Şubat, 2023) merkezli deprem felaketi gündem olarak alınmıştır. Tüm ülkeyi etkileyen bu afet karşısında markalar sessiz kalmamış pek çok platformdan geçmiş olsun mesajları yayınlamış, yardım için kolları sıvamıştır. Bu makale kapsamında ele alınacak marka olan Turkcell ise yardımların kalıcı olabilmesi için “Gönül Bağı” projesini depremin ardından kısa süre içerisinde duyurarak adeta bölgeye can suyu vermeye gönüllü olduklarını duyurmuştur. Markanın böyle bir gündeme bu denli hızlı tepki vererek çözüm sunması incelemeye değer görülmektedir.

GÜNDEM BAĞLANTILI REKLAM

Düşünce, olay veya duruma karşılık gelen, kendisi ile ilgilenen toplumun ve içinde bulunduğu ortamın kendisi ile meşgul olmasını sağlayacak kadar güçlü bir kavram olan gündem; bireylerin ilgisinin odak noktasına yerleşerek kendisinin dışında kalan konuların hepsini neredeyse etki dışında bırakarak bireyleri tutum ve davranış noktasında etkisi altına almaktadır (Hasanov, 2015). Bireylerin çevrelerinde olup bitene olan merakı gündemdeki konunun yayılmasını ve etki alanının genişlemesini sağlamakta bu duruma gelişen iletişim teknolojileri ve gündelik yaşamın bir parçası haline gelen sosyal medya ortamları da destek olmaktadır.

İletişim çalışmalarında öne çıkan yaklaşımlardan biri olan gündem oluşturma teorisine göre izleyiciler medyada sunulan içeriklerden bir şeyler öğrenmenin yanı sıra konu veya sorunu kitle iletişim araçlarının ayırdığı konum, yer ve zaman miktarına göre çok önemli ya da önemsiz gibi değerler atfetmektedirler. Tam da bu sebeple televizyon yayıncılarının ve gazete editörlerinin seçtiği haberler ve sunum şekli izleyicilerin dünyayı algılamasında ve olayları değerlendirmesinde belirleyici bir hale almaktadır (Atabek, 1998).

Landa'ya göre reklam, gündelik hayatın içerisinde popüler kültürün vazgeçilmez bir parçasıdır ve toplumlar için ortak bir deneyim alanı oluşturmaktadır (2010). Tüketiciler reklamlardan gördüklerini, duyduklarını gündelik yaşamlarına taşımaktadır (Elden, 2009: 136). Markaların güncel gelişmeleri takip etmesi ve bu gelişmeler doğrultusunda reklam stratejilerini oluşturmaları / geliştirmeleri tüketici ile bağ kurmalarında oldukça etkili olacaktır. Tüketicilerin dikkatini çekebilmek ve onlarla sürdürülebilir bir iletişim kurabilmek hatırlanabilirliği artırdığı gibi yeniden satın alma kararında da etkili olmaktadır. Bu bağlamda markalar reklamlarında gündem bağlantılı içerikleri

kullanarak tüketici ile ortak bir zeminde buluşmak istemektedir. Gündem bağlantılı reklam stratejisi, yayınlandığı tarih itibarıyla o tarihteki kamuoyu gündemi, özel gün, belli bir olay ile bağlantılı, olaya paralel, ilgili, olaya gönderme yapan, gündem takibi yapılarak oluşturulur. Ekonomik ve siyasi faktörler gündem belirlemede önemlidir. Reklamcılar ekonomik faktörleri gözetererek belirli günleri değerlendirmekte bu günleri konu alan reklam mesajlarını izleyicilere yaratıcı stratejiler kapsamında aktarmaktadır. Özellikle gündem bağlantılı reklamları özel günlerde sıklıkla karşılarız, markalar “Anneler Günü”, “Babalar Günü”, “Sevgililer Günü” gibi küresel anlamda kutlanan günlere yönelik özel iletişim çalışmaları yaparlar. Buna ilişkin literatürde yapılan çokça güncel çalışma (Adalı, 2016; Şahin & Şentürk, 2018; İhsan & Gezmen, 2019; Demir,2019; Bayazıt, 2020; Kınıkoğlu, 2022) bulunmaktadır.

Gündem bağlantılı reklamlarda tüketici ve marka açısından iki boyuttan söz konusudur. İlk olarak markalar, gündemdeki gelişmeleri reklamlarına yansıtarak, tüketicilerle daha içten ve daha aktif bir iletişim kurmaya çalışmakta, bu sayede markalarını ve ürünlerini tüketicilerin zihinlerinde hatırlanır hale getirmeye uğraşmaktadırlar. Bunu yapabilmek için de sıcak gündeme ilişkin vaat ve çözümler üreterek satışlarını arttırmanın yollarını açmaktadırlar. Diğer boyut olarak tüketici tarafında ise gündem bağlantılı reklamlar, gelişmelere ilişkin tüketiciyi haberdar etmenin yanı sıra marka ya da ürünler hakkındaki bilgileri de daha hızlı ve kolay bir şekilde tüketicinin algılamasına zemin hazırlar (Geçit & Ayaz, 2018: 524).

Tüketici tercihleri ile reklamların arasındaki bağlantıyı ölçmenin alternatif bir yöntemi olarak görülen gündem oluşturma fonksiyonu tüketici ile marka arasında köprü kurmada kilit bir role sahiptir (Ghorpade, 1986: 23). Reklamların gündemle ilişkisi denilince ilk akla gelen siyasal reklamlar ve seçim sonuçlarının karşılaştırılması olsa da reklamların etkisi ise genelde odak grup çalışmaları, anketler ve benzer araçlarla ölçülmektedir (Kaid, 2007).

Reklamlar artık sadece tüketicilerin içinde olmak istedikleri hayal dünyasını göstermenin ya da yeni ürünler hakkında bilgi vermenin değil markaların toplumsal konularla ilgili faaliyetlerinin başlamasıyla birlikte kurumların verdikleri sosyo kültürel mesajlarla gündem oluşturma bir aracı haline gelmiştir. Böylece tüketiciler reklamlarda gördükleri markaların mesajları ile onlar hakkında fikir sahibi olmakta ve bu mesajları kendi gündemlerine taşımaktadırlar (Ryan, 2002). Bu açıdan yaklaşıldığında reklamlarda mesajın veriliş şeklinin reklam gündemi ile kamu gündemi arasında ilişkiyi ortaya koymada belirleyici olduğu ortaya çıkmıştır (Mind, 2003: 105).

Aslan & Güz araştırmalarının sonucunda medya gündeminin reklamcılarının gündemini, reklamların içeriklerinin ise medya gündemini oluşturduğunu saptamışlardır ve buradan hareketle de gündemler arası etkileşim olduğunu belirtmişlerdir (2016: 195).

YÖNTEM

Çalışmanın araştırma konusu gündem bağlantılı reklamdır. Gündem kuramı çerçevesinde teorik alt yapısı değerlendirilmekle birlikte, Turkcell markasının televizyon ve sosyal medya mecralarında yayınladığı reklamları üzerinden gündem bağlantılı reklam analizi yapılmıştır. Araştırmada içerik analizi yöntemi tercih edilmiştir. Amaçlı örneklem tekniğinde, örnekleme seçilen kişilerin ya da objelerin araştırmacının amaçlarına en uygun yanıtı verebilecek nitelikte olması önem taşımaktadır (Aziz, 2008: 55). Amaçlı örneklem yoluyla belirlenen reklamlar üzerinde aşağıdaki araştırma soruları ekseninde analiz tamamlanmıştır.

1.1. Araştırma Soruları

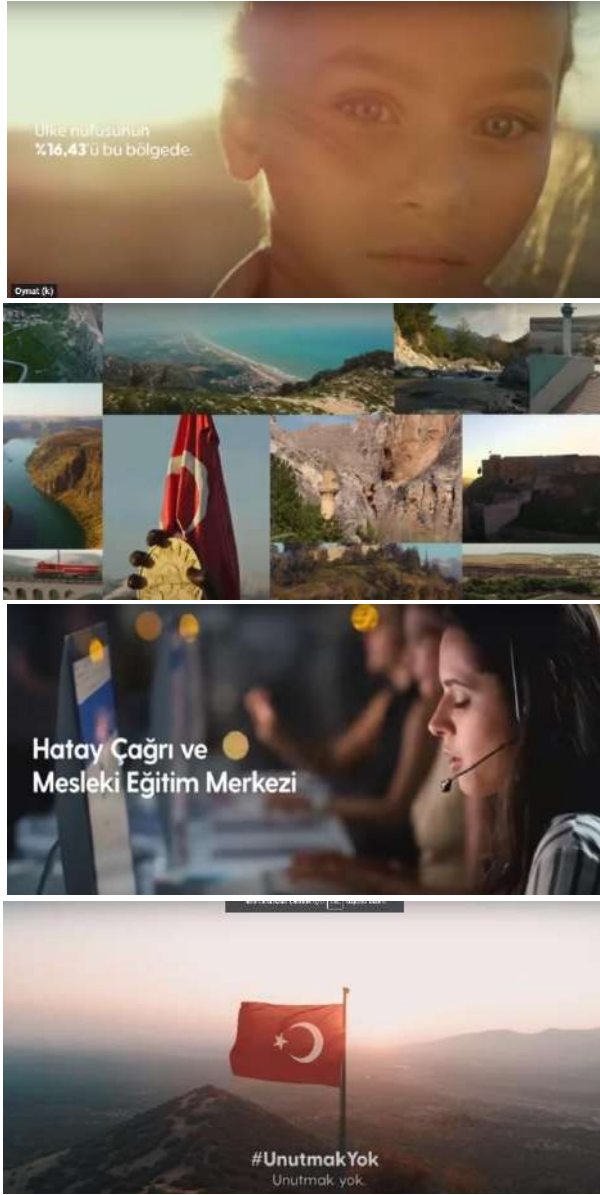
1. Reklamda kullanılan slogan ve gündem belirleme noktasında uyum var mıdır?
2. Reklamlarda öne çıkan sözcükler nelerdir?
3. Reklamlarda kullanılan stratejiler nedir?
4. Reklamda müzik kullanımı nasıldır?
5. Reklamın mekânsal dağılımı nasıldır?
6. Reklamlarda kullanılan bireyler nasıl (yaş, cinsiyet, meslek) konumlandırılmaktadır?

BULGULAR VE DEĞERLENDİRME

Araştırmanın bu bölümünde araştırmaya konu olan reklamlardan kesitlerle analiz yapılarak araştırma sorularına cevaplar aranacaktır.

1.2. Turkcell Gönül Bağı Projeleri #UnutmakYok Reklam Filmi





Kaynak: <https://www.youtube.com/watch?v=EK2ZEF9QIRs> (Erişim Tarihi: 21.07.2023)

7 Nisan 2023 tarihinde yayınlanan ve 1.03' saniyeden oluşan reklamda¹ küçük bir kız çocuğu eski bir taş duvarın önünde yürümektedir. Reklama çarpıcı ve dramatik bir müzik eşlik etmektedir. Şarkının sözleri:

“Boğazında düğümlenen hıçkırık olayım,
Unutma beni, unutama beni,
Gözünden damlayamayan gözyaşı olayım,
Unutma beni, unutama beni” şeklindedir.

Bu nakaratin ardından dış ses şu cümleleri kurmaktadır: “Biz unutamayız. Bu toprağın insanını, tarihini, kültürünü, tadını tuzunu unutmuyoruz. Çünkü bura bizim memleket, şimdi hep birlikte yeniden ayağa kalkmak için Turkcell Gönül Bağ Projesini başlatıyoruz. İlki gençlerimiz için Hatay Çağrı ve Mesleki Eğitim Projesi. Reklam filmi dalgalanan bir Türk bayrağı ve #UnutmakYok hastag eşliğinde şu sözlerle bitmektedir: “Başaracağız, buralara gözümüz gibi bakacağız. Unutmak yok, çünkü bize başka memleket yok.” Reklam dış sesi takiben “unutama beni” -şarkıdan bir cümle- ile bitmektedir. Müzik ögesinin baskın biçimde kullanıldığı reklam filminde duygusal mesaj stratejisi kullanıldığı açıkça görülmektedir. Bunun yanı sıra reklamda kullanılan bölgeyi tarifleyen yazılar şarkıya eşlik eden görüntüleri açıklamaktadır. Bu açıklamalar akış sırasına göre şöyle ilerlemektedir:

“Ülkemizdeki dünya mirasının %21,05'i bu diyarda”.
“Tarım alanlarımızın %16,92'si bu topraklarda”.
“Coğrafi işaretli ürünlerimizin %24,35'i bu sofralarda”.
“Ülke nüfusunun %16,43'ü bu bölgede”.

Reklam filminde art arda gelen görüntüler (her bir cümleye uygun olarak; dünya mirası, tarım, coğrafi işaretler, nüfus) eşliğinde bu memleketin değerleri sıralanırken, tarihi, coğrafi ve sosyal yönüyle önemi vurgulanmakta; bu bölgenin ülke ekonomisine katkısına değinilmektedir. Öne çıkan değerlerden sonra bölgeden görüntüler kolaj² şeklinde verilmektedir ve unutmadıklarını göstermek için yapılan proje anlatılmaya başlanmaktadır. Bir sonraki görselde genç bir kadın “Hatay Çağrı ve Mesleki Eğitim” alanında³ görülmekte, projeden bir kesit gösterilmektedir. Reklam boyunca her ne kadar duygusal mesaj stratejisi kullanılmış olsa da burda verilen yazılı mesajlarda bölgenin neden unutulmaması

¹ <https://www.youtube.com/watch?v=EK2ZEF9QIRs> (Erişim Tarihi: 21.07.2023)

² 6. Fotoğraf

³ Mekan bilgisi reklamda yazı ile verilmektedir; 7. Fotoğraf

gerektiği adeta rasyonel bir zemine oturtulmaktadır. Bu yönüyle reklam filmi bütüncül olarak (yazılı-görsel- işitsel) ele alındığında her iki stratejinin birlikteliğinden oluştuğu görülmektedir. Öne çıkan kelimeler açısından incelendiğinde ise “unutmak yok”, “memleket”, “bizim” gibi ifadeler ile tüketici ile sıcak bir iletişim kurulmaya çalışıldığı söylenebilir. Slogan olarak “unutmak yok, çünkü bize başka memleket yok” ifadelerinin kullanıldığı videoda oldukça zor günler geçiren bölge halkına destek verme sözüne vurgu yapılmaktadır. Reklamda yer verilen kişiler incelendiğinde ise küçük bir kız çocuğu, çalışan genç bir çiftçi kadın, koyunları otlatan bir çoban, baklava açan bir usta, farklı yaşlarda bisiklet binen, koşan çocuklar, birbirine sarılan yaşlı bir çift, meslek eğitimi alanında işinin başında genç bir kadın görülmektedir. Reklamda yer verilen bireyler incelendiğinde toplumun her kesimine ulaşmaya çalışıldığı, yediden yetmişe her kesimin kucaklandığı çıkarımı yapılabilir. Reklamların aynı zamanda toplumu bilgilendirme, bilinçlendirme ve doğru davranış şekilleri oluşturma açısından önemli işlevlere sahip olduğu düşünüldüğünde bu reklamda yararlanılan görsel ve işitsel öğeler ile hikâye anlatımlarının birleştirildiği güçlü ve etkileyici anlam inşaları sayesinde toplumun bu felakete maruz kalan kesimlerinin yanında bulunduğu mesajı güçlü biçimde verilmiştir.

1.3. Gönül Bağı Pasajı #UnutmakYok Reklam Filmi





İyi Bayramlar Türkiye

turkcell.com.tr/gonulbagi



Kaynak: <https://www.youtube.com/watch?v=nJctnQfi83c> (Erişim Tarihi: 21.07.2023)

19 Nisan 2023 tarihinde ilk reklam videosunu devam niteliğinde çekilen bu reklam filmi⁴ 56 saniyeden oluşmaktadır. İlk reklamda kullanılan müziğin bu reklamda da tercih edildiği görülmektedir. İlk reklamdan farklı olarak aynı proje kapsamında -Gönül Bağı- depremde zarar gören bölge esnafına destek vurgulanmaktadır. İlk reklam filminde bölgede depremde zarar gören kişilere iş istihdamı sağlamak amaç edinirken bu reklam filminde ise aynı proje kapsamında bölgede yaşayan küçük esnafa Turkcell Pasaj⁵ internet sitesi aracılığıyla destek verildiği duyurulmaktadır. Reklam ekrana gelen sarı bir pikap ile başlamaktadır, sürücü radyonun sesini açar ve kısa bir cızırtıdan sonra “unutma beni” adlı parça çalmaya başlar. Bu müzik akıllara ilk reklamı getirmesi, projede bütünlük sağlanması için kullanılmış olabilir. Şarkının nakarat kısmından hemen sonra melodi devam ederken üstüne dış ses şu ifadeleri kullanır:

⁴ <https://www.youtube.com/watch?v=nJctnQfi83c> (Erişim Tarihi: 21.07.2023)

⁵ Turkcell tarafından kullanıcılara sunulan online alışveriş sitesidir.

“Bu bayramda o alın terini, o emeği, unutamayız. Depremden etkilenen esnafımızı unutmuyoruz. Bölgemizdeki bütün esnafımız kapılarını yeniden açsın diye Turkcell Pasajı’nın kapılarını sonun kadar açıyoruz. Şimdi Turkcell Pasajı afetten etkilenen illerimiz için gönül bağı pasajı. Siz de bayram alışverişlerinizi gönül bağı pasajından yapın bölge esnafımızın bu bayramını bayram yapın. Unutmak yok, çünkü bize başka memleket yok.” Sloganın sonda vurucu biçimde verildiğini ve kampanya bütünlüğünün burada da devam ettiği görülmektedir.

SONUÇ

Gündemin reklamın içeriğinin oluşturulması amacıyla ele alınması, reklamın gündem belirleme ya da mevcut gündemi yönlendirmesi gibi konular üzerinde çok fazla çalışmanın olmadığı bir alandır. Bu çalışma, medyanın yarattığı gündem ve gündemin yönlendirilmesi gibi konuları ele alan “gündem bağlantılı reklam” özelinde değerlendirmeye alarak alandaki bir boşluğu doldurmaktadır.

Günümüzde toplum çıkarlarını gözetmeksizin yalnızca kar amacı güdülerek yürütülen pazarlama faaliyetleri tüketici nezdinde bir anlam taşımamaktadır; dahası toplumun normlarını ve değerlerini önceleyen pazarlama anlayışı markaların tüketiciye ulaşmada kullandıkları güvenli bir araç haline gelmiştir. İşletmelerin doğaya, çevreye, insana verdiği değer ile temellenen sosyal pazarlama, uzun vadede toplumsal fayda sağlayacak sosyal bir fikri benimsetme ve olumlu bir davranış değişikliği yaratma amacıyla yapılmaktadır. Toplumun duyarlılık seviyesinin yüksek olduğu bir dönemde, markaların hedef kitlenin ihtiyaçlarını ve beklentilerini öne çıkaran mesajlara ağırlık vermesi, yaratılan müşteri değerinin sürdürülmesini sağlamaktadır (Cılızoğlu vd, 2020: 266). Bu çalışma özelinde düşündüğümüzde ise örneklem olarak seçilen reklamların tam da sosyal pazarlama / gündem bağlantılı reklama denk düştüğü görülmektedir. Önceden bilinmeyen ve ansızın gelişen bazı olayların gündem yaratması sonucunda, o konuların reklam olarak kendi ürün ya da hizmetlerinin reklamlarında yansıtılması olarak özetlenebilir.

Reklamlar gündem belirleme yaklaşımının aşamaları doğrultusunda özel günlerle ilgili farkındalık oluşturmada ve izleyicileri bilgilendirmekte, etkileşime geçmelerini sağlamaktadır. Bu bakımdan reklamların izleyicilerin gündeminde konu edilme ve reklam stratejilerinde gündemdeki konulardan faydalanma düzeylerini ortaya koymak önem kazanmaktadır. Bu bağlamda gündem oluşturma yaklaşımı her ne kadar gazetecilik alanında sıklıkla başvurulan bir teori olsa da reklamcılıkta da yaşanan bilgi ve iletişim çağı dikkate alındığında önem kazandığı görülmektedir. Alanda konu ile ilgili çok fazla çalışma olmaması nedeniyle çalışmanın reklam literatürüne katkı sağlayacağı düşünülmektedir. İleriki çalışmalarda gündem oluşturma modelinin

reklamla olan ilgisi farklı boyutlarıyla, farklı marka – gündem birliktelikleri üzerinden incelenebilir.

Sosyal mesaj içerikli / gündem bağlantılı reklamlarda halkın sorunlarına yer verilmesi ve bu süreçte ticari kaygılardan ziyade halkın etkilenme düzeyinin kıstas alınması (Yüzer, 1989: 16), bu reklamları ticari reklamlardan tamamen soyutlamakta ve tüketicinin zihninde olumlu bir imaj inşa etmesine katkıda bulunmaktadır. Bu çalışma kapsamında incelenen reklam videoları da bu bağlamda değerlendirilebilir.

Reklam filminde yer alan sahnelerde toplum içinden bireylerin seçilmesi ve gerçeklik vurgusunun yapılması, halkı doğrudan yansıtabilme amacına yönelik olarak değerlendirilebilir. Seçilen örneklem incelendiğinde, reklamda her yaştan ve özelliklerden bireylere yer vermeye çalışılarak, sosyal mesajın sosyal yapıyı temsil etmesi amaçlanmıştır.

Bu çalışmada gündem kavramı, reklam iletişimi açısından ele alınarak gündem bağlantılı reklamlar örnekleminde analiz tamamlanmıştır. İletişim alanında öne çıkan teorilerden biri olan gündem oluşturma'nın reklam ile ilişkisi örnekler üzerinden analiz edilerek gündem-reklam dikotomisi açıklanmaya çalışılmıştır.

Kaynakça

1. Adalı Aydın, G. (2015). Popüler Kültür Ve Reklam İlişkisi: Basılı Reklamlarda 14 Şubat Sevgililer Günü.
2. Aslan, E. Ş. & Güz, H. (2016). Global Markaların Sosyal Medyada Gündem Belirlemesi: Markaların 2.0 Gündemi Üzerine Bir Araştırma. İletişim Kuram Ve Araştırma Dergisi, 42(42).
3. Atabek, N. (1998). Gündem Belirleme Yaklaşımı. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, (7), 155-174.
4. Aziz, A. (2008). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri ve Teknikleri. Ankara: Nobel.
5. Bayazıt, D. Z. (2020). Reklamlarda Annelik Miti: Özel Gün Reklamı Olarak “Anneler Günü” Reklamlarının Analizi. Opus International Journal Of Society Researches, 15(22), 1157-1182.
6. Demir, T. (2019). Reklamda Bir Anlatı Motifi Olarak Gündem Kuramı Uygulaması Ve Kişili Örneği. Uluslararası Halkla İlişkiler ve Reklam Çalışmaları Dergisi, 2 (2): 54-72
7. Elden, Müge, (2009), Reklam Ve Reklamcılık, Say Yayınları, İstanbul.
8. Geçit & Ayaz (2018). Reklam Stratejisi Bağlamında Gündem Bağlantılı Reklamlar Üzerine Bir Analiz. Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, Yıl: 6, Sayı: 79: 520-544
9. Ghorpade, S. (1986). Agenda Setting: A Test Of Advertising's Neglected Function. Journal Of Advertising Research, 23-27.
10. Hasanov, E. (2015). Gündem Oluşturma Teorisi. Erişim Tarihi: 11.12.2016, https://www.AcadeMia.Edu/15093353/G%C3%Bcndem_Olu%C5%9fturma_Teorisi,
11. İhsan, E. K. E. N., & Gezmen, B. (2019). Özel Günlerde Lüks Tüketim Ürünlerinin Bannerlardaki Sunumu: 14 Şubat Sevgililer Günü Pırlanta Reklamları. Uluslararası Kültürel Ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, 5(1), 182-210.
12. Kaid, L. L., Postelnicu, M., Landreville, K., Yun. H.J. & Legrance, A.G. (2007). The Effects Of Political Advertising On Young Voters. American Behavioral Scientist, 50(9).
13. Kınıkoğlu, C. N. (2022). " Yeni Türkiye" De Ulusal Günlerin Reklam Filmlerinde Hatırlanması: Gündelik Milliyetçiliğin Görüntüleri. *Moment Dergi*, 9(2), 438-464.
14. Landa, Robin, (2010), Advertising By Design, John Wiley&Sonsinc., New Jersey.

15. Min, Y. (2003). Media Agenda -Setting And Its Electoral Consequences: A Study Of Political Advertising, The New Media And Public İn 2002 Primary Election For Texas Governor. Proquest Dissertations And Theses; Proquest Dissertations & Theses Global, Abd: Texas University.
16. Özdemir, H. (2019). Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Marka İmajına Etkisi. İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi Yıl:8 Sayı:15: 57-72.
17. Ryan, T.A. (2012). Understanding Green Marketing And Advertising İn Consumer Society: An Analysis Of Method Cleaning Products. Journal Of Research For Consumers, 22, 71-96.
18. Sahin, E., & Şentürk, Z. A. (2018). Gündem Oluşturma Teorisi Bağlamında Özel Günleri Konu Alan Reklamların Analizi. International Journal Of Social Sciences And Education Research, 4(4), 698-720.
19. Yetkin, Cılızoğlu, G., Dondurucu, Z. B. ve Çetinkaya, A. (2020). Sosyal Pazarlama Bağlamında Covid-19 Salgını Sürecinde GSM Operatörlerinin Youtube Reklamlarının Analizi. Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi (UKSAD), 6 (1): 280-299.
20. Yüksel, H. (2021). Sosyal Mesaj İçerikli Reklamlar: Türk Telekom Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projeleri Reklam Filminin Göstergebilimsel Çözümlemesi. İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi-Sayı 55: 32-55.
21. Yüzer, A, A. (1989). Sosyal Pazarlama Yaklaşımı Açısından Sosyal Amaçlı Reklam
22. Kampanyaları ve Bir Uygulama: Türkiye Aşı Kampanyası. İstanbul.

59. Bölüm

Dijitalleşen Dünyada Dijitalleşen Reklamcılık Ödülleri Üzerine Bir İçerik Analizi

Gülten ADALI¹

¹ Doktor Öğretim Üyesi, Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi, Reklamcılık Bölümü.
gultenadali@akdeniz.edu.tr Orcid no:0000-0002-7068-4482.

Özet

Bu çalışmanın amacı dijitalde meydana gelen değişimlerin reklamcılık ödülleri nasıl bir dönüşüme uğrattığını gözler önüne sermektir. Dijitalleşmenin en yoğun olarak etkilediği sektörlerin başında gelen reklamcılık alanında verilen ödüller sektörün nabzını tutma ve trendleri takip etmek için önemli fırsatlar sunmaktadır. Reklam sektöründe oldukça yeni bir oluşum olan MIXX (Marketing and Interactive Excellence) Ödülleri'nin örneklem olarak alındığı çalışmada yarışmanın kategorileri ve en son verilen güncel ödüller içerik analizi yöntemi ile incelenerek dijitalin reklam yarışmalarına getirdiği yeni soluk anlamlandırılmaya çalışılmıştır. Araştırma sonunda Türkiye'de reklamcılık alanında yapılan diğer yarışmalardan hangi açılardan farklılaştığı bulgulanmıştır. Buna göre, verilen ödüllerde hangi reklam çekiciliklerinin kullanıldığı belirlenmiştir; neredeyse çalışmaların yarısında rasyonel çekicilikten yararlanıldığı görülmüştür. İkincil olarak duygusal çekicilik %27 oranında kullanılırken bunları sırasıyla %14 mizah, %9 müzik ve %5 kıtlık çekicilikleri takip etmektedir. Diğer yandan, bu çalışmada ödül alan reklamlar sektörel dağılım açısından incelendiğinde ağırlığın gıda ve temizlik ürünleri reklamlarından oluştuğu göze çarpmaktadır. Dijitali uygulama ve hizmetlerine dahil eden GSM operatörü ve Banka gibi hizmet sunan markalar da yine oranları düşük olsa da sektörel dağılıma katkı yapmışlardır. Çalışma sonucunda incelenen reklamlarda bilgilendirmenin ön plana alındığı, markaların kendisini tüketiciye anlatmak için dijitali bir kanal olarak kullandığı buna bağlı olarak da rasyonel reklam çekiciliğini sıklıkla kullandıkları görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Dijital Reklamcılık, MIXX Awards, Yarışma, İçerik Analizi.

A CONTENT ANALYSIS ON DIGITALIZING ADVERTISING AWARDS IN A DIGITALIZED WORLD

Abstract

The aim of this study is to reveal how the changes in digitalization have transformed advertising awards. Awards given in the field of advertising, which is one of the sectors most intensely affected by digitalization, offer important opportunities to keep the pulse of the sector and follow the trends. In this study, in which MIXX (Marketing and Interactive Excellence) Awards, which is a fairly new formation in the advertising sector, is taken as a sample, the categories of the competition and the most recent awards were analyzed by content analysis method and the new breath that digital has brought to advertising competitions

was tried to be made sense of. At the end of the research, it was found out in which ways it differs from other competitions in the field of advertising in Turkey. Accordingly, it was determined which advertising appeals were used in the awards; it was seen that rational appeals were used in almost half of the studies. Secondly, emotional appeal was used by 27%, followed by humor (14%), music (9%) and scarcity (5%). On the other hand, when the award-winning advertisements in this study are analyzed in terms of sectoral distribution, it is noteworthy that the majority of the advertisements consist of food and cleaning products. Service brands such as GSM operators and banks, which include digital in their applications and services, have also contributed to the sectoral distribution, although their rates are low. As a result of the study, it was observed that information was prioritized in the analyzed advertisements, and brands used digital as a channel to explain themselves to consumers, and accordingly, they frequently used rational advertising appeal.

Keyword: Digital Advertising, MIXX Awards, Competition, Content Analysis.

Giriş

Dijitalleşme her alanda olduğu gibi reklamların yapısını ve hedef kitle ile etkileşimini dönüştürme uğratmaktadır; dijitalleşmenin etkisiyle reklamlar değişirken aynı zamanda bu alanda verilen ödüller, ödüllerin içerik ve başlıkları, kategorileri de değişmektedir. Konu ile bağlantılı olarak yapılan çalışmalar incelendiğinde reklam ve bu alanda verilen ödüller, yapılan yarışmalar bağlamında genellikle Türkiye’de öne çıkan Kristal Elma, Effie gibi reklamcılık ödüllerinin sahiplerini bulduğu kurumsal ve belli bir tarihselliğe sahip köklü yarışmaların incelendiği görülmüştür. Bu çalışmanın çıkış noktası ise dijitalde meydana gelen değişimlerin reklamcılık ödüllerini nasıl etkilediğini ortaya koyma isteğidir. Reklam sektöründe oldukça yeni bir oluşum olan MIXX (Marketing and Interactive Excellence) Ödülleri’ni örneklem olarak aldığımız çalışmada yarışmanın kategorileri ve en son verilen güncel ödüller içerik analizi yöntemi ile incelenerek dijitalin reklam yarışmalarına getirdiği yeni soluk anlamlandırılmaya çalışacaktır.

Reklam yarışmaları, objektif bir değerlendirmenin mümkün olmadığı, çoğu kez değerlendirme ölçütlerinden jüri üyelerine kadar tartışmaların hedefinde yer alan, hatta protestolara sahne olan platformlardır. Bu yarışmalar, diğer yandan sektörün yaptığı işlerin bazılarını ortak bir akıl çerçevesinde tartarak ödüle layık görmektedir. Bu yarışmalarda verilen ödüller sektörün bir çeşit karnesi, takdir ya da teşekkür belgesi gibi görülmektedir (Savaş ve Şener, 2018: 1232)

Uluslararası bir yarışma olan MIXX (Marketing and Interactive Excellence) Awards yılın en iyi dijital vakalarını değerlendirerek ajansları ve reklamverenleri ödüllendirir. Dijital yaratıcılık ve sonuçları üzerine odaklanan MIXX Awards, dijital reklamları stratejiden yaratıcı çalışmaya ve uygulamaya, medya planlamasından entegrasyona, verimlilikten yatırımın geri dönüşüne kadar tüm katmanlarıyla değerlendiren tek yarışmadır. Dereceye giren çalışmalar medya ve pazarlama endüstrisi için değerli bir eğitim aracına dönüşür. Dijitalin, pazarlama bileşenleri içinde oynadığı etkin rolü ortaya koyar. MIXX Awards'a katılan çalışmalar dijital ekosisteminin reklamveren, ajans, yayıncılar ve teknoloji şirketleri paydaşlarını kapsayan yetkin isimlerinden oluşan jüri tarafından değerlendirilir. Kazananlar IAB tarafından açıklanır.¹

Bu çalışmada reklamcılığın gelenekselden dijitale uzanan öyküsü kuramsal durak noktaları ile açıklandıktan sonra yarışmanın kategorileri dijital reklamcılık bağlamında değerlendirilerek kazanan reklamlarda öne çıkan reklam stratejileri analiz edilmiştir. Bu sayede araştırma sonunda dijital reklamcılık anlamında reklamlarda öne çıkan reklam strateji ve çekicilik unsurları ortaya konulmuştur. MIXX Awards ödül kategorileri incelendiğinde dijital reklamcılığın pek çok alt dalında ödüller verildiği görülmektedir. Bunlar sitelerindeki sıralama ile şu şekilde kategorilere ayrılmaktadır. Güncelliğin korunması adına 2022 yılında ödül alan çalışmalar araştırma kapsamına alınmıştır. Ayrıca konu bağlamında yapılan literatür taramasında daha önce MIXX Awards üzerine yapılmış spesifik bir araştırmanın olmaması konuyu ilgi çekici ve özgün kılmaktadır.

Araştırma sonucunda elde edilecek bulguların reklam tasarımı ile ilgili literatüre katkı sağlaması, özellikle trendlerin ortaya konulması ve reklam çalışması yapmak isteyen amatör ve profesyonellere fikir vermek aynı zamanda teorik ve uygulamalı olarak çalışmak isteyen akademisyenlere öneriler sunması hedeflenmektedir.

Kuramsal Çerçeve

İlgili alan yazın incelendiğinde reklamcılık alanında yapılan yarışmaların akademik camiada ilgi ile takip edildiği konu ile alakalı gerek makale gerekse de tezlerin kaleme alındığı görülmüştür. Bunlara kısaca değinecek olursak, 2018 yılında Çalışkan tarafından tamamlanan *“Türkiye’de Reklam Filmlerinde Hikaye Anlatıcılığı Kullanımı:2017 Kristal Elma Festivali Örneği”* başlıklı doktora tezinde ödül alan reklamlarda hikaye anlatımları ayrıntıları ile incelenmiş ve içerik analizi yöntemi kullanılarak tamamlanmıştır.

¹ <https://www.mixxawards-tr.org/hakkinda.html>

Ergüven tarafından yapılan “*Reklam Yaratıcılığını Değerlendirmede Kullanılan Farklılık Faktörleri: Türk Reklam Sektörüne Yönelik Bir İnceleme*” başlıklı diğer bir çalışmada yine Kristal Elma Türkiye Reklam Ödülleri Yarışması’nın 20. ve 10. Yılları arasında TV kategorisinde ödül alan 448 reklam araştırmacı tarafından izlenmiş, her bir reklamın hangi yaratıcılık faktörlerini yansıttığı ortaya çıkarılmıştır. Yaratıcı yönetmen ve reklamverenlerin reklam yaratıcılığının farklılık boyutuna bakışlarını ve reklam yaratıcılığını değerlendirme aşamasında kullandıkları farklılık faktörlerini ortaya koymayı amaçlayan nitel bir araştırmadır (2011).

Savaş ve Şener (2018) tarafından yazılan “*Eski Beyin ve Reklamda Yaratıcılık: Kristal Elma Yarışması’nda Ödül Alan Reklamların Analizi*” başlıklı makalede Kristal Elma Yaratıcılık Festivali 2005-2016 yılları arasında ödül almış basın reklamlarına Renvoisé ve Morin (2008) tarafından tanımlanan ve eski beyni ikna ettiği iddia edilen 6 uyarana göre içerik analizi yapılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre, görsel olmanın, zıtlık yaratmanın ve basit mesajlar vermenin Kristal Elma Yaratıcılık Festivali’nde ödül almış basın reklamlarının ortak özellikleri olduğunu görülmüştür. Bu ortak özelliklerin, yaratıcı reklam üretmeyi amaçlayanlar için bir çerçeve, bir formül sunması beklenmektedir.

“*Gelenekselden Dijitale Reklam Sloganlarında Söz Sanatları: Kırmızı Ödülleri*” başlıklı güncel çalışmasında yazar ödüllü reklamların sloganlarına ilişkin bir içerik analizi yaparak, sloganlarda en çok kullanılan söz sanatlarını ayrıntılarıyla ortaya koymuştur (Aydoğan, 2022). Bu çalışmanın en belirgin farkı ise reklam yarışması olarak Kırmızı Ödülleri’ni seçmiş olmasıdır.

“*Dijital Tüketim Alanı Olarak Dijimodern Reklam Uygulaması Çerçevesinde Tüketici Motivasyon Faktörleri Üzerine Bir Saha Araştırması*” başlıklı çalışmada, Mixx Awards Türkiye yarışması kapsamında, 2019 yılında ödül almış bir reklam uygulaması gösterilmiştir. Araştırma sonucuna göre farkındalık/ilgi gösterme, eğlenme ve öğrenme şeklinde üç temel motivasyon ortaya çıkarılmıştır. Çevrimiçi ortama bağlanma süresi ile motivasyon faktörleri arasında anlamlı bir farkın olduğu tespit edilen bulgular arasındadır. Ayrıca tüketicilerin dijimodern reklamların özelliklerine ilişkin beklentilerinin ortalaması ile dijimodern reklam uygulamasına yönelik motivasyon ortalamaları arasında orta düzeyde, pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu görülmüştür (Becan, 2021).

Yapılan çalışmalar incelendiğinde ortaya çıkan tablo çalışmalarda büyük oranda içerik analizi yönteminin tercih edildiği ve yarışma olarak da oldukça köklü bir geçmişe sahip olan Kristal Elma’yı ele almalarıdır. 1988 yılından beri

gerçekleştirilen Kristal Elma, 2013 yılından itibaren dünyanın en önemli pazarlama – iletişim ustalarını konuk eden bir festivale dönüşmüştür².

Yöntem

Herhangi bir yazılı, görsel ya da işitsel iletide bulunan bağlamlar, anlamlar, alt metinler ve niyetler üzerine yapılan çalışma olan içerik analizi söylenen, yazılan veya kaydedilenlerin “objektif” analizidir. Bu bağlamda Stone ve arkadaşları içerik analizini, metin içindeki belirli karakteristikleri sistematik ve nesnel olarak tanımlayarak çıkarımlar yapmak için kullanılan bir çözümleme tekniği olarak tanımlamaktadır (1966: 5). İçerik analizinin, araştırmacının ilgilendiği kategorilerle ilişkili olarak genellemeler ve çıkarımlar yapabilmesini ve araştırmada elde edilen verilerin sistematik, nesnel, tekrarlanabilir ve güvenilir (Haggarty, 1996; Weare ve Lin, 2000) bir biçimde analiz edilebilmesine olanak sağlaması çalışma için en uygun yöntem olarak seçilmesinde etkili olmuştur.

Bu araştırmada seçilen yöntem kitle iletişimi araştırmalarının geleneksel çözümleme yöntemi olarak kabul edilen içerik analizidir (Batı, 2006). İçerik analizinin temel amacı, sözel, yazılı ve bunların dışında kalan materyali sayısal verilere dönüştürerek yorumlamaktır. Buna ek olarak, içerik analizinde incelenen kategorilerden bir çıkarımda bulunma da söz konusudur ve elde edilen veriler üzerinden istatistiki veriler kullanılarak yorum yapılabilir. Araştırmada amaçlı örnekleme yolu izlenmiştir.

Bu çalışma kapsamında MIXX Awards 2022 yılına ait şu veriler analiz edilmiştir:



Çalışmanın en önemli sınırlılığı MIXX Awards 2022 yılına ait ödül ve kategorilerin içerisinde sadece altın mix (birincilik) alan ödüllerin sadece içerik analizi yöntemi kullanılarak incelenmiş olmasıdır.

² Ayrıntılı bilgi için bakınız: <https://www.kristalelma.org.tr/> Ayrıntılı bilgi için bakınız:

Bulgular

4.1. Ödül Kategorisi

MIXX Awards ödülleri incelendiğinde 2022 yılında 24 kategorinin 22'sinde ödüllerin verildiği görülmektedir. Arama motoru reklamcılığı ve Çoklu kanal reklamcılığı (Omni-Channel) alanlarında ödüle layık görülen çalışma olmamıştır. Bu durumun sebebi adı geçen kategorilerde başvuru olmaması ya da yapılan başvuruların ödül alacak kriterlere uygun olmaması olabilir. Diğer yandan bu kategorilerin yeni reklamcılık türlerinden olduğu için sektörel manada gelişime açık bir pazar payına sahip olduğu yorumu yapılabilir.

Tablo 1: MIXX Awards 2022 Yarışmasında “AltınMixx” (Birincilik)
Kazanan Reklam Kampanyaları ve Kategorileri³

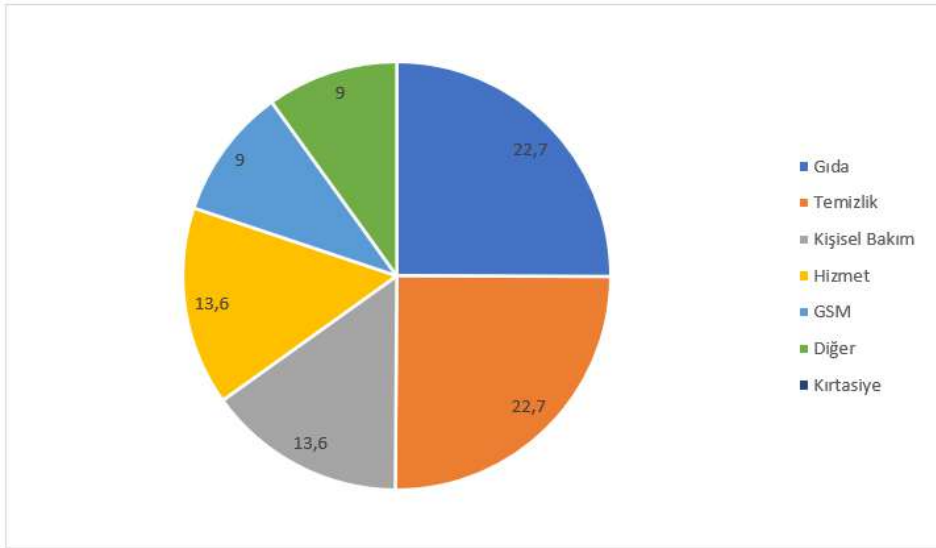
Marka	Kampanya Adı	Kategori
Biryudumkitap	Görülmemiş Teklif	Yılın En İyi
Unilever Cif	Temizken Güzel	Marka İmajı Reklamları
KFC Türkiye	KFC AL GELDİ	Harekete Geçirme Kampanyaları
Disney+	Disney+ Duygulara 'Kaçış'	Video Reklamlar
TAB Gıda	Burger King- Honey Mustard'a Bayılanlar	Sosyal Medya
-	Bu kategoride ödül verilmemiştir.	Arama Motoru Reklamları
Unilever Türkiye	Sayıların Hikayesi	Markalı İçerik
Yemeksepeti	Fevzi Kaan ft. Yemeksepeti	Doğal Reklam
P&G	Türkiye'nin ilk görme engelsiz regl takip uygulaması	Deneysel ve Yenilikçi
Unilever Yumoş	Yumoş Sıkılıyor	Kampanya Etkililiği
Bayer	Bepanthol Baby ile İyiliğe Ninniler	Sadece Dijital
P&G	Oral-B ile Oyuna Devam	Veri Kullanımı
Olips	Olips Gaming Arena	Oyun Reklam
Yemeksepeti	Köfteler Yarışıyor	Influencer Pazarlaması
L'Oréal	L'Oréal Paris Stand Up ile Sokak Tacizine Karşı Dur!	Kar Amacı Gütmeyen / Kamu Hizmetleri
Akbank	Spotify 8D Audio // Digital Turbine	Dijital Ses Reklamcılığı
Borusan	Boom 360	B2B
Şişecam	#Paramparça- 10 Kasım Özel Gün İletişimi	Özel Gün İletişimi

³ Ayrıntılı bilgi için https://www.mixxawards-tr.org/2022_YilinEnIyisi.html (Erişim Tarihi: 14.07.2022)

Biryudumkitap	Görülmemiş Teklif	Display (Görüntülü) Reklamlar
-	Bu kategoride ödül verilmemiştir.	Çoklu Kanal (Omni-channel) Deneyimi
Plumon	Kralı Gelse Akıtmaz	Küçük Devler
Vodafone	Ben Varım Çatı İletişimi	Toplumsal Cinsiyet Eşitliği
L'Oréal	Tiktok'ta Gördüm Aldım	E-Ticaret
Turkcell	Turkcell TV+ & Sahibinden F1 Viral İlan	sahibinden.com Özel Ödülü

Tablo incelendiğinde özellikle global markaların dijital alana hâkim olduğu yorumu yapılabilir. Unilever, P&G, L'Oréal, Disney+, Vodafone gibi küresel markaların yanı sıra Turkcell, Biryudumkitap, Şişecam gibi Türkiye'den doğan markaların da ödül aldığı görülmektedir.

4.2. Sektörel Dağılım



Grafik 1. Ödül alan reklamların sektöre göre dağılımı

Ödül alan reklamların sektörel dağılımı incelendiğinde neredeyse yarısını gıda ve temizlik ürünlerinin oluşturduğu görülmektedir. Hedef kitle ayrımı olmaksızın herkes için bir ihtiyaç olan bu iki sektör dijital reklam kampanyalarında kendilerine sıklıkla yer bulmaktadır. Diğer yandan kişisel bakım ürünlerinin ve hizmet sunan dijital platformların da (biryudumkitap ve Disney+ gibi) dijital reklamcılık açısından görünür olduklarını söylenebilir. Sektörel anlamda bu kategorilerden ayrılan bir kalem markası olan Plumon “kralı gelse akıtmaz” kampanyası ile Küçük Devler / KOBİ Özel Kategorisinde ödül olarak küçük bir

işletme olsa da ismini bu tabloya yazdırmayı başarmıştır. Diğer yandan Şişecam #Paramparça - 10 Kasım Özel Gün İletişimi kategorisinde birinciliği kucaklarken reklam filmi dijital de olduğu kadar geleneksel mecralarda kendisine yer bulmuş toplumun büyük beğenisini kazanmıştır.

4.3. Reklam Çekiciliği

Reklamcılarının elinde tüketicilerin ihtiyaçlarına, ilgilerine ve isteklerine hitap ederek bir ürünü ya da hizmeti satın aldirmaya teşvik edebilecek çeşitli ikna edici araçlar bulunur (Koekemoer, 2014: 146). Diğer bir ifadeyle bu araçlar reklam çekicilikleridir. Reklamlar ne şekilde tasarlanmış olursa olsun belirli bir ya da birkaç çekicilik ögesini bünyesinde barındırır. Reklam çekicilikleri ürünü kullananlar üzerinde olumlu bir imaj yaratmak ve ürünlerin tüketicinin ihtiyaçlarını nasıl karşılayabileceğini göstermek için kullanılırken en temelde rasyonel ve duygusal çekicilikler olarak ikiye ayrılırlar. Tüketicilerin kararları hem rasyonel hem de duygusal temellere dayalı olduğundan bu çekicilikler reklamın mesaj stratejisi doğrultusunda bir arada kullanılabilirler (Arens vd, 2011: 342).

Clow ve Baack reklam çekiciliklerini 7 başlık altında gruplandırır.

1. Korku Çekiciliği: Korku çekiciliği bir eylemi yapmanın ya da yapmamanın getirebileceği olumsuz sonuçlara vurgu yapar. Korku çekiciliğinin kullanımında korku düzeyi belirleyici bir rol oynar. Reklamda kullanılan çok küçük bir korku fark edilmeyebilir ancak çok yüksek seviyede bir korku ise izleyiciyi rahatsız ederek reklamı izlememesine neden olabilir. Dolayısı ile orta düzeyde korku çekiciliği kullanımı genellikle en etkili taktiktir (Çalışkan, 2018). Çoğu zaman endişe oluşturan durum çözümünü birlikte sunulur ki ürün ve hizmeti kullanmamakla ne gibi olumsuz sonuçlar ile karşılaşabileceği, neler kaybedileceği vurgulanır (Williams, 2012: 3).

2. Mizah çekiciliği: Mizah izleyicinin dikkatini çeken, onu güldüren ve daha sonra izlediğini anımsamasını sağlayan bir çekicilik türüdür. Bunun yanında mizah tüketiciler ve ürünler arasında duygusal bağlar yarattığı söylenebilir. İnsanların bir reklamı izlerkenki duyguları olumlu ise reklamdaki marka hakkında da olumlu düşünmeye eğilimlidirler (Clow ve Baack, 2016: 161).

3. Cinsellik Çekiciliği: Reklamda cinsellik, reklamın yazılı, görsel, işitsel olarak cinsellik içermesidir (Reichert, La Tour ve Jooyoung, 2007: 64). İnsan davranışları üzerine oldukça etkili olan cinsellikle insanı hedef alan reklamın birlikte kullanılmasının ürün satışlarına önemli katkılar getirdiği varsayılır. Reklamlarda cinsel çekicilik kullanımının dikkat çekme ve ilgi oluşturmada oldukça etkili olup, ürün satışlarına önemli katkılar getirdiğini savunan araştırmalar olduğu gibi (Nelson ve Paek, 2005: 371), reklamlarda cinselliğin

kullanılmasında çok dikkatli olunması gerektiğini savunan, cinsellik kullanımının etkili olmadığını ve vampir etkisi oluşturduğunu belirten araştırmalarda görülmektedir (Reichert vd. 2007: 64). Bulunulan coğrafyaya ve toplumsal normlara göre dozunda kullanılması gereken bir çekiciliktir.

4. Müzik Çekiciliği: Reklamda müzik kullanmak marka farkındalığını, ürün ve marka adının anımsanma oranını da artırmaktadır. Tüketicilerin zihnilerinde belli müziklerin belli markalar ile eşleştiği görülmektedir. Müzik reklamın birincil bir ögesi olabileceği gibi destekleyici öge olarak da reklamda yer alabilir. Reklam için özel bir müzik yaratılabilir ya da izleyiciye tanıdık gelen bir ezgi sözleri reklamın doğasına uygun olarak değiştirilerek kullanılabilir yahut reklamdaki hikayeyi bütünleyen arka plan enstrümantal müzikler seçilebilir. (Clow ve Baack, 2016: 166)

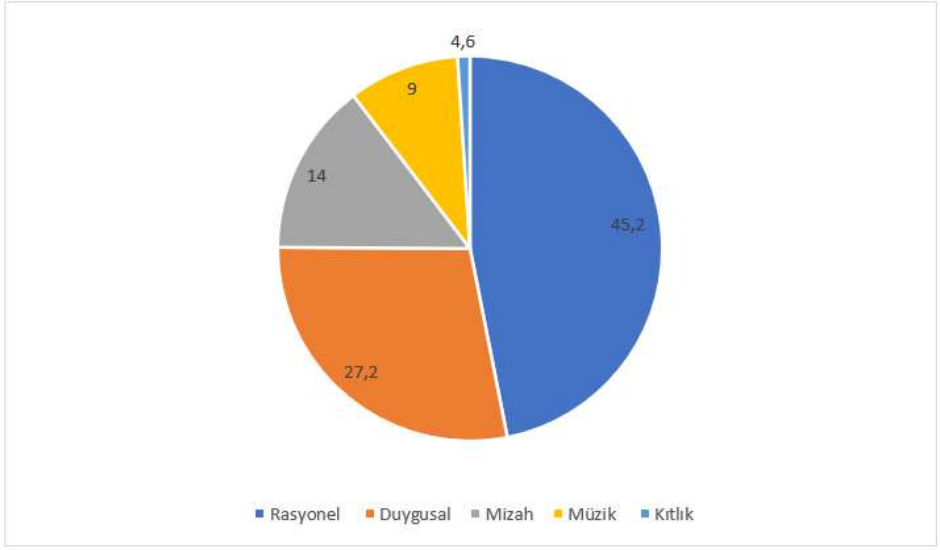
5. Rasyonel Çekicilik: Bu tip çekicilikler ürün veya hizmetin işlevselliğine vurgu yapar, aklı uyarır ve rasyonel düşünceyi teşvik etmeye yönelir (Dix ve Marchegiani, 2013: 393). Araştırma sonuçları gibi verilerden faydalanarak ürünün ortaya koyduğu üstünlükler, farklılıklar, kullanım kolaylıkları gibi mantıklı bilgiler ve fiyat avantajı ile hedef kitle üzerinde ikna edici iletişim uygular. Tüketici satın almaya motive edilmesinin yanı sıra, bilişsel bir farkındalık oluşturma ve satış amacı taşır (Main, Argo ve Huffman, 2004: 124).

6. Duygusal Çekicilik: Belli ürün ya da hizmetleri satın almak için tüketicilerin duygularına seslenen bir yaklaşımdır. Duygusal çekiciliği duygusal bir doyum ya da sosyal kabul görme gibi bir ödül vaadinde bulunabildiği gibi tüketici ve marka arasında sıkı bir bağ kurulmasını da sağlayabilir. Duygusal çekiciliklerde sevgi, ilgi, gurur ve eğlence gibi olumlu duygular kullanılacağı gibi, suçluluk ve utanma gibi olumsuz duyguların da kullanıldığı görülmektedir (Clow ve Baack, 2016).

7. Kıtlık Çekiciliği: Kıtlık çekiciliği ürünlerin sınırlı sayıda olduğunu, satın almak için sınırlı bir süre olduğunu vurgulayarak tüketicileri satın almaya teşvik etmek için kullanılan bir yaklaşımdır. Kıtlık çekiciliği tüketicinin ürün ya da hizmet arzusuna ve satın alamama korkusuna dayalıdır. Bu yaklaşımın temelinde insanların zihinlerinde nadir olan ürünlerin daha değerli olduğu düşüncesi vardır. Ürün arzı az ve talep fazla olduğunda tüketici için daha değerlidir. Reklamlarda ürünlerin çoğunun tükendiği ya da satın alma zamanının sınırlı olduğuna vurgu yapan mesajlar tüketicileri harekete geçirir ve ürüne karşı bir talep doğurur. (Clow ve Baack, 2016: 169)

Tablo 2. Ödül alan reklamlarda kullanılan çekicilik türleri

Marka	Kampanya Adı	Kullanılan Çekicilik
Biryudumkitap	Görülmemiş Teklif	Rasyonel
Unilever Cif	Temizken Güzel	Rasyonel
KFC Türkiye	KFC AL GELDİ	Duygusal
Disney+	Disney+ Duygulara 'Kaçış'	Duygusal
TAB Gıda	Burger King - Honey Mustard'a Bayılanlar	Duygusal
-	Bu kategoride ödül verilmemiştir.	-
Unilever Türkiye	Sayıların Hikayesi	Rasyonel
Yemeksepeti	Fevzi Kaan ft. Yemeksepeti	Mizah
P&G	Türkiye'nin ilk görme engelsiz regl takip uygulaması	Rasyonel
Unilever Yumoş	Yumoş Sıkılıyor	Rasyonel
Bayer	Bepanthol Baby ile İyiliğe Ninniler	Müzik
P&G	Oral-B ile Oyuna Devam	Rasyonel
Olips	Olips Gaming Arena	Rasyonel
Yemeksepeti	Köfteler Yarışıyor	Mizah
L'Oréal	L'Oréal Paris Stand Up ile Sokak Tacizine Karşı Dur!	Rasyonel
Akbank	Spotify 8D Audio // Digital Turbine	Müzik
Borusan	Boom 360	Rasyonel
Şişecam	#Paramparça - 10 Kasım Özel Gün İletişimi	Duygusal
Biryudumkitap	Görülmemiş Teklif	Rasyonel
-	Bu kategoride ödül verilmemiştir.	-
Plumon	Kralı Gelse Akıtmaz	Duygusal
Vodafone	Ben Varım Çatı İletişimi	Duygusal
L'Oréal	TikTok'ta Gördüm Aldım	Kıtlık
Turkcell	Turkcell TV+ & Sahibinden F1 Viral İlan	Mizah



Grafik 2. Ödül alan reklamlarda kullanılan çekicilik türlerinin dağılımı

İncelenen reklamlarda kullanılan çekicilik türleri analiz edildiğinde %45.2 ile nerdeyse ödül alan reklamların yarısına yakınının rasyonel çekicilik stratejisi ile hazırlanmış olduğu görülmektedir. Araştırma sonuçları gibi verilerden faydalanarak ürünün ortaya koyduğu üstünlükler, farklılıklar, kullanım kolaylıkları gibi mantıklı bilgiler ve fiyat avantajı ile hedef kitle üzerinde ikna edici iletişim tekniklerinin uygulandığı bu stratejinin dijital mecralarda yüksek oranda kullanılmasının bir nedeni de tüketicinin geleneksel medya araçlarını kullanma oranlarında düşüş ve reklam yatırım raporlarında dijitalin yükselen payı etkili olabilir. Markalar tüketici nerdeyse orda olmayı, onlarla bire bir iletişim kurmayı, kendini izleyen/dinleyen tüketiciye anlatmayı dijital platformlara taşımış gibi durmaktadır.

İkincil olarak duygusal çekicilik türünün kullanıldığını %27.2 görmekteyiz. Tüketicilerin duygularına seslenen bu yaklaşımla duygusal bir doyum ya da sosyal kabul görme gibi bir ödül vaadinde bulunabildiği gibi tüketici ve marka arasında sıkı bir bağ kurulması da bir diğer amaçtır. Dijitalin hızlı ve değişken dünyasında tüketicinin duygularına seslenmek her ne kadar zor olsa da reklam profesyonelleri tarafından bu çekicilik ve stratejiler kullanılmaktadır. Ödül alan her dört reklamdaki birinin bu çekiciliği kullanması da buna güzel bir örnektir.

Dijital platformlar dendiğinde mizah çekicilik türünün ödül alan reklamlara daha fazla yansımış olabileceğini çalışmanın başında varsaysak da oranlar göstermektedir ki, dijital alanda mizah kendisine oldukça sınırlı bir yer bulabilmiştir. Buna rağmen yine de kullanılan çekiciliklerin oransal dağılımına

bakıldığında en çok kullanılan üçüncü strateji olmuştur. Mizah izleyicinin dikkatini çeken, onu güldüren ve daha sonra izlediğini anımsamasını sağlayan bir çekicilik türüdür ve gelecek yıllarda ağırlığını dijitalde de artıracığı düşünülmektedir.

Marka farkındalığını, ürün ve marka adının anımsanma oranını da arttıran müzik çekiciliği ödül alan yirmi iki reklam arasında sadece ikisinde bir çekicilik unsuru olarak kullanılmıştır. Tüketicilerin zihnlerinde belli müziklerin belli markalar ile eşleştiği yapılan araştırmalarla ortaya konulmuştur. Bu bakımdan müzik reklamın birincil bir ögesi olabileceği gibi destekleyici öge olarak da reklamda yer alabilir. İleriki yıllarda zamanın ruhunu yakalayan melodilerin reklamlarda kullanım sıklığının da artacağı düşünülmektedir.

Son olarak ödül alan reklam kampanyalarından sadece birinde kıtlık çekiciliğinden yararlanılmıştır. Satın alamama ya da fırsatı / indirimi kaçırma korkusunun buram buram işlendiği bu stratejinin temelinde insanların zihinlerinde nadir olan ürünlerin daha değerli olduğu düşüncesi yatar. Ürün arzı az ve talep fazla olduğunda tüketici için daha değerlidir. Bir kozmetik markası bu çekicilik türünü kullanmayı tercih ederken aynı zamanda sosyal medya platformu olan ve özellikle genç bireyler tarafından benimsenen ve kullanılan, popüler bir mecraı da hastagh olarak kullanmıştır. Burada yapılmak istenen milyonlarca üyesi olan bir sosyal medya platformunun kullanıcıları arasında bir rekabet unsuru oluşturarak “önce yetişen alır” mottosuna uygun bir reklam tasarlamış olmasıdır.

Sonuç

Günümüzde reklam kaçınılmaz bir olgu olarak gündelik yaşantımızın bir parçası haline gelmiştir ve bu yoğun reklam üretimi içerisinde elbette sektörü besleyen ve endüstrinin gelişimine katkı sunan oluşumlar da çeşitlilik göstermektedir. Birbirinden yaratıcı ve özgün çalışmaların yer aldığı reklam yarışmaları bu platformların başında gelmektedir. Dünya çapında ve ülkemizde bu alanda yapılan yarışmalar hem tüketici hem de üreticiler ve reklamverenler tarafından büyük bir ilgiyle takip edilmektedir. Uluslararası bir yarışma olan MIXX (Marketing and Interactive Excellence) Awards yılın en iyi dijital vakalarını değerlendirerek ajansları ve reklamverenleri ödüllendiren yarışmalardan biridir. Dijital yaratıcılık ve sonuçları üzerine odaklanan MIXX Awards, dijital reklamları stratejiden yaratıcı çalışmaya ve uygulamaya, medya planlamasından entegrasyona, verimlilikten yatırımın geri dönüşüne kadar tüm katmanlarıyla değerlendiren tek yarışmadır ve dereceye giren çalışmalar medya ve pazarlama endüstrisi için değerli bir eğitim aracına dönüşür. Dijitalin, pazarlama bileşenleri içinde oynadığı etkin rolü ortaya koyar. MIXX Awards’a

katılan çalışmalar dijital ekosisteminin reklamveren, ajans, yayıncılar ve teknoloji şirketleri paydaşlarını kapsayan yetkin isimlerinden oluşan jüri tarafından değerlendirilir.

Bu çalışmanın örneklemini oluşturan MIXX Awards 2022 altın Mixx alan ödülleri analiz edildiğinde karşımıza sektörel anlamda gıda ve temizlik ürünleri çıkmaktadır. Hedef kitle ayrımı olmaksızın herkes için bir ihtiyaç olan bu iki sektör dijital reklam kampanyalarında kendilerine sıklıkla yer bulmaktadır. Diğer yandan kişisel bakım ürünlerinin ve hizmet sunan dijital platformların da (biryudumkitap ve Disney+ gibi) dijital reklamcılık açısından görünür olduklarını söylenebilir.

Araştırmada ilgi çekici bir diğer husus yarışmanın kategorilerinin tamamen dijital reklamcılığa dönük olmasıdır. Daha önce literatürde incelemeye tabi tutulan reklam yarışmalarının geleneksel reklamcılık türlerine ödüller verdiği düşünüldüğünde bu açıdan yarışma bu formuyla diğer yarışmalardan ayrılmaktadır. Toplamda 24 kategoriye sahip yarışmada ortaya çıkan yeni reklam türleri kategori olarak eklenerek dijital reklamcılığın nabızı tutulmaktadır.

Reklamlar çekicilik türleri bakımından incelendiğinde %45.2 ile nerdeyse ödül alan reklamların yarısına yakınının rasyonel çekicilik stratejisi ile hazırlanmış olduğu göze çarpmaktadır. Araştırma sonuçları gibi verilerden faydalanarak ürünün ortaya koyduğu üstünlükler, farklılıklar, kullanım kolaylıkları gibi mantıklı bilgiler ve fiyat avantajı ile hedef kitle üzerinde ikna edici iletişim tekniklerinin uygulandığı bu stratejinin dijital mecralarda yüksek oranda kullanılmasının bir nedeni de tüketicinin geleneksel medya araçlarını kullanma oranlarında düşüş ve reklam yatırım raporlarında dijitalin yükselen payı olabilir. Markalar tüketici nerdeyse orda olmayı, onlarla bire bir iletişim kurmayı, kendini izleyen/dinleyen tüketiciye anlatmayı dijital platformlara taşımış yorumunu yapmamız mümkündür. İkincil olarak duygusal çekicilik türünün kullanıldığını %27.2 görmekteyiz. Tüketicilerin duygularına seslenen bu yaklaşımla duygusal bir doyum ya da sosyal kabul görme gibi bir ödül vaadinde bulunabildiği gibi tüketici ve marka arasında sıkı bir bağ kurulması da bir diğer amaçtır. Dijitalin hızlı ve değişken dünyasında tüketicinin duygularına seslenmek her ne kadar zor olsa da reklam profesyonelleri tarafından bu çekicilik ve stratejiler kullanıldığı görülmektedir.

Kaynakça

1. Arens, W. F., Weigold, M. F., & Arens, C. (2011). Contemporary advertising and integrated marketing communication. New York: McGraw-Hill.
2. Aydoğan, H. (2022). Gelenekselden dijitale reklam sloganlarında söz sanatları: Kırmızı ödülleri. Sosyal Mucit Academic Review, 3(1), 69-95.
3. Batı, U. (2006). Reklam Dilinin Biçimbilimsel Nitelikleri Üzerine Bir İçerik Analizi. Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi, (4), 149-166.
4. Becan, (2021). Dijital Tüketim Alanı Olarak Dijimodern Reklam Uygulaması Çerçevesinde Tüketici Motivasyon Faktörleri Üzerine Bir Saha Araştırması. Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, Sayı: 1 (4): 183-212
5. Clow, K. E. & Baack, D. (2016). Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications, (7. Ed). Boston MA: Pearson.
6. Çalışkan, S. (2018). Türkiye’de Reklam Filmlerinde Hikaye Anlatıcılığı Kullanımı:2017 Kristal Elma Festivali Örneği. Doktora tezi. T.C. Maltepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
7. Ergüven, S. (2011). Reklam Yaratıcılığını Değerlendirmede Kullanılan Farklılık Faktörleri: Türk Reklam Sektörüne Yönelik Bir İnceleme. E-GİFDER. Sayı 1: 1-22.
8. Haggarty, L. (1996). What is ... content analysis? Medical Teacher, 18(2), 99-101.
9. Koekemoer, L. (2014). Marketing communication: An integrated approach. Cape Town: Juta.
10. Stone, P.J., Dunphy, D.C., Smith, M.S., and Ogilvie D.M. (1966). The General Inquirer: A Computer Aproach to Content Anaylsis. MIT Press, Cambridge.
11. Main, K.J., Argo, J. ve Huhmann, B.A. (2004). Pharmaceutical advertising in the USA: Information or Influence? International Journal of Advertising, 23, 119-142.
12. Nelson, M. R. ve Paek, H. (2005). Cross-Cultural differences in sexual advertising content in a transnational women’s magazine, Sex Roles, 53(5), 371-383.
13. Reichert, T., La Tour, M. S. ve Jooyoung, K. (2007). Assessing the influence of gender and sexual self-schema on affective responses to sexual content in adevertising. Journal of Current Issues and Research in Advertising, 29(2), 63-76.

14. Topuz Savaş, A ve Şener, G. (2018). Eski Beyin ve Reklamda Yaratıcılık: Kristal Elma Yarışması'nda Ödül Alan Reklamların Analizi. E-GİFDER. Sayı 2 (6): 1221-1247.
15. Weare, C., & Lin, W.-Y. (2000). Content analysis of the World Wide Web. Social Science Computer Review, 18(3), 272-292.
16. Williams, K. C. (2012). Fear Appeal Theory. Research in Business and Economics Journal, 5(1), 1-21.

60. Bölüm

IKEA'da 'Yaşamından Kesit Bul': Animasyon Reklamda Hikâye Anlatıcılığı ve Anlatı Araçları

Hediye AYDOĞAN¹

¹ Dr. Öğr. Üyesi; Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Reklamcılık Bölümü. hediyeaydogan@akdeniz.edu.tr
ORCID No: 0000-0001-9696-8742

ÖZET

Bu çalışmada animasyon olarak hazırlanmış hikâye anlatıcılığına başvuran anlatı reklamlarının temel anlatı araçlarını ve bu tür reklamlara yönelik tüketici tepkilerini ortaya koymak amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda, IKEA'nın Z kuşağını hedef alan ve TikTok mecrası başta olmak üzere markanın diğer sosyal medya hesaplarında paylaşılan “Yaşamından Kesit Bul” isimli reklam kampanyası amaçlı örneklem yöntemiyle seçilmiştir. Bu kampanya dâhilinde hazırlanmış üç reklam filmi alanyazındaki çalışmalar ışığında tündengelimci nitel içerik analiziyle incelenirken, reklam filmlerine yönelik tüketici tepkileri ise sosyal medya hesaplarındaki yorumların tümevarımcı nitel içerik analizine tabi tutulması yoluyla çözümlenmiştir. Markanın TikTok, Instagram, Facebook ve YouTube hesaplarında paylaştığı ve yorum alan reklam kampanyasının hem anlatı unsurlarının hem de tüketici yorumlarının MAXQDA 2020 programında nitel içerik analizinden faydalanılarak incelenmesi yoluyla edinilen bulgular reklam kampanyasının vinyet anlatı reklamı türünde olduğunu, iç mekânda şimdiki zamanda hikâyenin geçtiğini, farklı ilerleyen olay örgüsünü içerdiğini, çoğunlukla yaratıcı arketipin özelliklerini sergileyen karakterlere yer verdiğini, karakterlerin sözsüz etkileşim kurduklarını, arayış olay örgüsünde kampanyanın kurgulandığını ve mecaza dayalı anlatıma başvurulduğunu göstermiştir. Tüketici yorumları ise önerilen beş tema çerçevesinde incelendiğinde, reklam ağırlıklı olmak üzere reklam ve markaya yönelik beğenilerin olduğunu, ancak çeşitli eleştiri ve önerilerin de yorumlarda yer aldığını, tüketicilerin sorularını ve isteklerini yöneltmek için yorumları kullandığını göstermiştir. Araştırma sonuçlarından hareketle uygulayıcı ve araştırmacılara önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Dijital Reklam, Hikâye Anlatıcılığı, Anlatı Araçları, Tüketici Tepkileri, İçerik Analizi.

GİRİŞ

Yıllar içinde türleri değişim göstermiş olsa da değişmeyen tek şey, insanoğlunun hayatının çeşitli hikâyeler ile sarmalanmış olmasıdır. Hikâyeler insanların etkileşim biçimlerini etkilemektedir (Kılıç ve Yolbulan Okan, 2021). İnsan hafızasının hikâye temelli olduğu (Schank, 1999) savından hareketle, Woodside (2010) alınılan tüm mesajların beyin tarafından hikâye biçiminde işlendiğini ve saklandığını belirtmektedir. Ayrıca Kaufman (2003), hikâye anlatıcılığının başkalarını ikna etmek amacıyla yürütülen iletişimin eşsiz ve en eski biçimlerinden biri olduğunu ifade etmektedir. Hikâyenin sahip olduğu bu güçten faydalanmak reklam ve pazarlama profesyonellerinin göz ardı edebileceği bir konu olmaktan çıkmaktadır. Özellikle çağ geliştikçe hedef kitleyi ikna etmenin zorlaştığı düşünüldüğünde, bu gücü yok saymak pazarlamacı ve reklamcılar için mantıklı görünmemektedir. Öyle ki, tüketicileri bilgilendirmenin önemli olduğu geleneksel reklamcılık anlayışının aksine artık dijital çağda bilgilendirmenin yeterli gelmediği ve tüketicilerin gönüllerini kazanmanın önem kazandığı (Kılıç ve Yolbulan Okan, 2021) göz önünde bulundurulduğunda, hikâye anlatıcılığına başvurmak kayda değer bir çıkar yol olarak kabul edilmektedir.

Hikâye anlatıcılığına başvuran reklamlar, reklam profesyonellerinin hizmet ettiği markaların tüketicilerin hayatında önemli yer edinmesi adına önemli katkılar sunmaktadır. Bu tür reklamların daha yüksek ilgi ve daha ılımlı duyguları tetiklediği (Edson Escalas, Chapman Moore ve Edell Britton, 2004) ileri sürülmektedir. Ayrıca, hedef kitlenin özdeşleşmesini sağlayan hikayelerin markalara rekabet avantajları sağladığının (Chiu, Hsieh ve Kuo, 2012) altı çizilmektedir. Özellikle bilgilendirmeyi amaçlayan markalar için hikaye anlatıcılığı güçlü bir iletişim aracı olarak (Chiu vd., 2012; Lien ve Chen, 2013) kullanıldığında etkin bir sonuç elde edilebilmektedir. Bunun yanı sıra, dijital çağda şirketlerin sayısız reklam mesajlarının hedefi olan tüketicilerin bu reklam mesajlarına karşı geliştirdikleri dirençlerini kırabilecek mesajlar yaratmak gittikçe daha kıymetli hâle dönüşmektedir. Bu yolla, birçok reklam mesajına maruz kalan tüketici zihninde daha sağlam bir yer edinebilmektedirler (Kılıç ve Yolbulan Okan, 2021). Konumlandırma ile ilişkili olarak, tüketicileri ikna etmek konusunda önemli bir rol oynayan hikâyeler markaların rakiplerinden farklılaşmalarını sağlayan benzersiz bir özellik olabilmektedir (Fog, Budtz, Munch ve Blanchette, 2010). Hikâyeler aracılığıyla mesaja yoğunlaşan tüketicilerin olası karşı savlarını azaltmak ve marka ile tüketici arasındaki etkileşimi artırmak da reklamlarda yer verilecek hikâyeler sayesinde (Kılıç ve Yolbulan Okan, 2021) mümkün görünmektedir.

Markanın ve reklamın etkinliği açısından önemli avantajlar sağlayan hikâye anlatıcılığına başvuran anlatı reklamları alanyazında farklı türlere ayrılmaktadır. Bu noktada özellikle anlatı reklamlarının “ders niteliğinde” (lecture) reklamlardan farklılaştığına vurgu yapılmaktadır. Ders niteliğindeki (lecture) reklamlar olayları anlatan anlatıcılara başvururken, anlatı (narrative) reklamlar karakterlerin doğrudan olayı canlandırmasını veya göstermesini ifade etmektedir (Stern, 1994, s. 601). Ancak Stern’e (1994) göre reklamları ders niteliğinde veya anlatı reklamları olarak ikiye ayırmak yerine anlatının görünürlüğü veya gizliliği dikkate alınması gerekmektedir. Bu bağlamda, özellikle TV gibi teknolojik cihazların kendine ait görüntü ve ses ekipmanlarının da anlatı sağlayan araçlar olarak görülmesi gerektiğine vurgu yapılmaktadır. “Elektronik aracılık” olarak adlandırdığı bu durumda kameranın sunduğu “elektronik göz” hedef kitlenin bakış açısını şekillendirmektedir ve görünür anlatı araçlarının görünürlük düzeyi, yerleştirilmesi, doğası ve sayısı bu tür anlatı reklamlarına ait çeşitleri birbirinden ayırmaktadır. Özellikle TV reklamlarında kullanılan ve aracı iletişim sistemleri olarak adlandırılan kamera ve ses sistemleri zaman ve mekâna ait hedef kitlenin bakış açısını yönlendirmekte ve kontrol etmektedir. Elektronik anlatısallık adını verdiği bu durum, özellikle “vinyet (vignette)” anlatı reklamları söz konusu olduğunda önem kazanmaktadır. Kameralar çekim ölçekleri, çekim açıları, odak uzunluğu, aydınlatma, kurgu ve kesme teknikleri yoluyla mekân açısından manipülasyonlara sebep olmaktadır. Aynı zamanda, video teknolojisi *flashback*, *flash-forward*, *stretch time* (yavaşlatma), odaklanma zamanı (hızlandırma) ve donma zamanları (*freeze-frame*) yoluyla zamana dair hedef kitlenin algılarıyla oynamaktadır.

Vinyet anlatı reklamlarını “klasik” anlatı reklamlarından ayırt edebilmek için dikkate alınması gereken konulardan biri olay örgüsü (plot) ile hikâye (story) arasındaki ayrımı ortaya koyabilmektir. Hikâye, olay örgüsü için öncüdür. Vinyet türündeki anlatı reklamlarında çağrışımsal ilişki kuran birbirine sıkı sıkıya bağlı olmayan hikayelerden oluşmaktadır. Klasik anlatı reklamlarında ise neden-sonuç ilişkisi kuran ve birbirine sıkı sıkıya bağlanarak yapılandırılmış tek bir olay örgüsü yer almaktadır. “Kral öldü ve sonra kraliçe öldü” bir hikâyedir, ancak “kral öldü ve sonra üzüntüden kraliçe öldü” bir olay örgüsüdür. Zaman sıralaması her ikisinde de aynıdır, ancak nedensellik olay örgüsünde kendini göstermektedir. Kraliçenin ölümü düşünüldüğünde, eğer anlatılan şey hikâye ise o zaman “ve sonra” denilmektedir; ancak eğer anlatılan şey olay örgüsü ise, “neden?” diye sorulmaktadır (Stern, 1994). Vinyet tarzı anlatı reklamlarında tek bir olay örgüsünden ziyade birçok hikaye yer almaktadır (Stern, 1994). Bu türdeki reklamlarda belirli bir tema esas alınmakta ve genelde müziksel çokseslilik yoluyla reklam hikayeleri arasında bağ kurulmaktadır (Stern, 1994).

Vinyet veya klasik anlatı türündeki reklamlarda başvuru hikâyelerin temel bileşenleri konusunda çeşitli konulara alanyazında değinildiği görülmektedir. Bu bağlamda Mandler ve Johnson (1977), “Ortam (zaman, mekan, karakterler)”, “Başlangıç (birkaç tetikleyici olayın gerçekleştiği kısım)”, “Tepki (iyi karakterin başlangıca veya Hedef oluşumuna tepkisi)”, “Girişim (Hedef’i elde etmek için gerçekleştirilen girişim)”, “Çıktı (Girişim’in başarısı veya başarısızlığı)” ve “Sonuç” olmak üzere altı bileşen önermektedir (Fitzgerald Whaley, 1981; Mandel Morrow, 1985b). Bazı çalışmalarda ise anlatı reklamlarının temel yapı taşları olarak “anlatım (*narration*)”, “olay örgüsü (*plot*)”, “hikâye / tema (*story*)” ve “karakter (*character*)” addedilmektedir (Moraru, 2011; Stern, 1994). Booker (2004) olay örgüsü açısından hikâyeleri incelediğinde yedi temel olay örgüsüne rastlamıştır. Bu bağlamda hikâyeler kurgulanırken bu yedi temel olay örgüsünden birine yer verildiğini vurgulamıştır. İncelediği hikâyelerin “canavarı alt etme”, “fakirlikten zenginliğe”, “arayış”, “yolculuk ve dönüş”, “komedi”, “trajedi” veya “yeniden doğuş” olarak isimlendirdiği olay örgülerinden birinin özelliklerini taşıdığını ifade etmiştir.

Anlatı reklamlarının dayanak noktası olan hikâyeleri gerçekleştiren karakterlerin şekillendirilmesi hikâyelerin anlaşılması ve alışlagelmiş hikâye kalıplarının kullanılması yoluyla karakter-hedef kitle arasında özdeşleşme sürecinin işlemesi için önemli bir adım olarak görülmektedir. Karakterler inşa edilirken dikkate alınan hususlardan biri, günümüze kadar anlatılan ve aktarılan hikâyelerdeki karakterlerin ortak yönlerinden hareketle sunulmuş arketiplerin esas alınmasıdır. Özellikle marka hikâyelerinin aktarılmasında ve markaya ait reklamlarda hikâyelerin oluşturulmasında karakter yaratım sürecinde başvuru arketipler, hedef kitlenin aktarılan mesajı anlayabilmesi ve özümseyebilmesi için gerekli bileşenlerden biri olarak ifade edilmektedir. Arketip meselesini edebiyat ve mitoloji gibi alanlardan marka alanına taşıyan Mark ve Pearson (2001) arketip olgusunu öneren Carl Jung’un on iki arketipini ele almaktadır: Asi, Aşık, Bilge, Hükümdar, Kahraman, Kâşif, Masum, Sihirbaz, Sıradan insan, Şakacı, Yaratıcı, Yardımsever. Bu arketiplerin her biri sahip olduğu farklı özellikler yoluyla hikâyenin anlamının zenginleştirilmesine katkıda bulunmaktadır.

Hikâyelerin alıcıları ve okurları olan hedef kitlenin (tüketici, müşteri, vs.) hikâyeleri barındıran reklamlara verdikleri tepkileri şekillendirmekte tüm bu unsurlar önemli rol oynamaktadır. Özellikle tüketicilerin tepkilerini anlamak, tüketici-marka-reklam arasındaki iletişim sürecini anlamlandırmak açısından kıymetli bir adım olarak ileri sürülmektedir (Reagle, 2015). Şimdiye kadar alanyazında tüketici tepkilerini çeşitli nicel ve nitel yöntemlerle inceleyerek tüketici araştırması yapan pek çok araştırma yürütülmüştür. Bunlardan bazıları dijital çağın sunduğu çevrimiçi yorumları reklamlar özelinde inceleyerek tüketici

araştırmasının yeni bir boyuta evrilmesine olanak tanımıştır. Ancak bu araştırmalar (Cheng ve Frommann, 2023; Feng ve Chen, 2022; Feng, Chen ve He, 2019; Feng ve Xie, 2019; Grant, Botha ve Kietzmann, 2015; Lima ve Casais, 2021) çoğunlukla tek bir mecradaki (çoğunlukla YouTube) tüketici tepkileri ile kendilerini sınırlandırdıkları görülmüştür. Bu çalışmada farklı mecralardaki tüketici yorumları dikkate alınarak alandaki bilinen ilk kapsamlı çalışma yürütülmüştür.

YÖNTEM

Z kuşağına hitap eden, animasyon türünde ve hikâye anlatıcılığına başvuran reklam filmlerinin temel anlatı özelliklerini tespit edip reklam filmlerine yapılan tüketici yorumlarını keşfetmeyi amaçlayan bu çalışma, amaçlı örneklem yoluyla seçilmiş IKEA'nın "*Find Your Slice of Life [Türkçe: Yaşamından Bir Kesit Bul]*" kampanyasını incelemektedir. Z kuşağına mensup üniversite öğrencilerinin üniversite yaşamına alışma sürecinde yaşadıkları güçlükleri IKEA ile kolaylaştırabilecekleri mesajını veren, ödüllü animasyon şirketi *Clubcamping* ve Ogilvy New York işbirliğinde hazırlatılan, 45 saniyelik 3 kısa film türündeki reklam filminden oluşan kampanya, Temmuz 2023'te markanın tüm dijital medya kanallarında yayınlanmıştır.

Kampanyaya ait reklam filmlerine IKEA USA'in YouTube kanalında 15 Ağustos 2023 tarihinde ulaşılmış ve araştırmacının bilgisayarına indirildikten sonra incelenmek üzere MAXQDA 2020 programına aktarılmıştır. İlgili reklam filmlerine YouTube sayfasında yapılan yorumlar MAXQDA 2020 programının YouTube yorum aktarıcısı fonksiyonu kullanılarak 15 Ağustos 2023 tarihinde çekilmiştir. Facebook ve Instagram hesaplarındaki yorumlar bir Microsoft (MS) Office Word programına araştırmacı tarafından 15 Ağustos 2023 tarihinde kopyalanmıştır. Markanın Instagram hesabında tüm kampanyaya ilişkin hazırlanmış içerik dikkate alınarak bu içeriğe yapılan yorumlar da araştırma kapsamına alınmıştır. TikTok kanalındaki yorumlar ise araştırmacı tarafından yine MS Office Word programına aynı tarihte yazılmıştır.

Bu çalışmada, IKEA'nın "*Find Your Slice of Life [Türkçe: Yaşamından Bir Kesit Bul]*" isimli reklam kampanyası kapsamında hazırlanmış üç reklam filmi nitel içerik analizine tabi tutulmuştur. Aynı zamanda, tüketici yorumlarını anlayabilmek amacıyla kampanyanın paylaşıldığı sosyal medya kanallarında reklam filmlerine yönelik tüketicilerin yaptığı yorumlar da nitel içerik analiziyle incelenmiştir. Nitel içerik analizi, içeriklerin sistematik ve bağlama dayalı olarak subjektif yorumlanması amacıyla başvuru olan güçlü bir analiz yöntemi (Elo ve Kyngas, 2008, s. 108; Selvi, 2019, s. 442) olması dolayısıyla bu çalışma için uygun bulunmuştur.

Kampanyaya ait reklam filmlerinin incelenmesinde tümdengelimci kodlamaya başvurulmuş ve kodlama esnasında alanyazındaki ilgili çalışmalar dikkate alınmıştır. Reklam filmlerine yapılmış yorumlar ise, verilerden hareketle tümevarımcı kodlama yoluyla incelenmiştir.

Reklam filmlerinin tümdengelimci kodlaması sürecini yürütmek amacıyla alanda yapılmış ilgili çalışmalardan faydalanılarak kodlama haritası oluşturulmuştur. Kodlama haritasında dikkate alınan Stern (1994)'in çalışmasında anlatı reklamı türüne (klasik veya vinyet reklam), karakter sayısına, karakterlerin birbirleriyle etkileşim biçimine (sözlü veya s zs z ), ana karakterlerin kim olduğuna, karakterler arasındaki duruma (aile, müşteri/tedarikçi, oyun / rakipler), anlatı türüne (müzik, dış ses, hava sesi, diyalog, oyuncu sesi, vs.) ve anlatı konumuna (sürekli, başlangıç, son, orta, vs.) odaklanmaktadır. Anlatı reklama ilişkin değerlendirme yapılırken, aynı zamanda, Chang (2009) tarafından öne sürülen olay örgüsü stratejisi türleri de göz önünde bulundurulmuştur. Kodlama haritasında yer alan bir diğer çalışma ise Kılıç ve Yolbulan Okan (2021) tarafından kaleme alınan ve Türkiye'deki ödüllü reklamları hikaye anlatıcılığı ve anlatı araçları açısından irdeleyen *“Storytelling and narrative tools in award-winning advertisements in Turkey: an interdisciplinary approach”* başlıklı çalışmadır. Kılıç ve Yolbulan Okan'ın (2021) bu çalışmasında yer alan hikaye anlatıcılığı unsurları (Booker, 2004), dilsel  zellikler (Motaqed ve Annapurna, 2018; Skorupa ve Duboviien , 2015), psikolojik unsurlar (Mark ve Pearson, 2001) ve nörolojik durumlar araştırma kapsamına alınmıştır. Nörolojik durumlar Kılıç ve Yolbulan Okan'ın (2021) alışmasında empati açısından olumlu ve olumsuz yorumlar bağlamında değerlendirilmiş olsa da bu çalışmada yazar tarafından tümdengelimci yaklaşım benimsenerek ortaya konmuştur.

BULGULAR

Bu bölümde araştırmadan elde edilen bulgular ikiye ayrılarak paylaşılmaktadır. İlk olarak, kampanya d hilindeki   reklam filmine ilişkin bulgulara yer verilirken, sonrasında yorumlara ilişkin analiz bulguları sunulmaktadır. Bulgulara ilişkin açıklamalar yapılmadan önce reklam filmlerinin kısa bir betimlemesini sunmak bulguları yorumlayabilmek açısından yerinde olacaktır.

Kampanyanın ilk reklam filmi *“Yaşamından Kesit Bul: Uzlaşma* [Orijinal ismi: *Find Your Slice of Life: Compromise*]" bir yurt odasını paylaşan iki  niversite öğrencisinin küçük odalarını paylaşmaları meselesini ele almaktadır. Biri bitkilere, diğeri müziğe düşkün iki oda arkadaşının tartışmalarını çözmeye IKEA'nın oda düzenleyici mobilyaları yardımcı olur ve iki arkadaş eğlenirken

görünür. “Üniversite için hazırlan” yazısının görüntüler üzerine geldiği reklam packshot ile sona erer. İkinci reklam filminde (“Yaşamından Kesit Bul: Dördüncü Oda Arkadaşı [Orişinal ismi: *Find Your Slice of Life: The 4th Roommate*]”) bir kedi farklı yaratıcı işlerle (boyama, resim, yemek yapma, oyun) uğraşan üniversiteli gençlerin bulunduğı odalar arasında gezer ve en son yine üniversiteli öğrencilerin birlikte çalıştığı bir odada IKEA’nın mavi çantası içinde kıvrılıp yatar. Reklam, packshot ile sonlanır. Son reklam filmi “Yaşamından Kesit Bul: Çalışma Alanı [Orişinal ismi: *Find Your Slice of Life: Study Space*]” ise üniversiteli bir gencin kendine çalışma alanı arayışını ele alır ve evinin farklı odalarında farklı işlerle meşgul oldukları anlaşılan kişiler arasında kendine yer bulamayan öğrenci çatı katında IKEA ürünleri ile dekore edilmiş bir masaya oturur. Reklam, packshot ile biter.

Reklam Filmlerine İlişkin Bulgular

Üç farklı üniversite öğrencisinin yaşam alanıyla ilgili yaşadıkları sorunu ele alarak çözüm sunma noktasında ürünlerinin önemli rol oynadığını ileri süren IKEA’nın “Yaşamından Kesit Bul” kampanyasındaki reklam filmlerinin, Stern’in vinyet anlatı reklamı tarzında hazırlanmış olduğu anlaşılmaktadır. Kampanyadaki reklam filmleri tek bir tema etrafında olsa da reklam filmlerinin ortak tek bir olay örgüsü yoktur, bunun yerine birbirinden farklı hikâyeler yer almaktadır. Bu sebeple, klasik anlatıya sahip bir reklam kampanyasından ziyade vinyet anlatım tarzını benimsemiş bir kampanya olarak değerlendirilmiştir.

Olay örgüsü stratejisi açısından kampanya analiz edildiğinde, “farklı ilerleyen olay örgüsü stratejisi” kullanılarak reklam filmlerinin kurgulandığı saptanmıştır. Reklam filmlerinde ana tema aynı tutulsa da her bir reklam filmindeki karakterler değişmekte, markanın farklı alanlarda işleri kolaylaştırdığı vurgulanmakta ve kullanım alanlarıyla birlikte karakterler de değiştiğı için farklı ilerleyen olay örgüsü stratejisine başvurulduğu anlaşılmaktadır.

Kampanyadaki reklam filmleri ortam açısından incelendiğinde, şimdiki zamanda hazırlanan kampanya hedef kitleleriyle uyumlu olarak genç karakterlerin ağırlık bastığı tespit edilmiştir. *Uzlaşma* isimli reklam filminde yer alan iki karakterin siyahi üniversite öğrencisine rastlanmaktadır. *Çalışma Alanı* reklam filminde yer alan ana karakter siyahi bir üniversite öğrencisiyken, iki karakter ana karakterin küçük kardeşleri, bir karakterin ana karakterin babası ve bir karakterin ise ana karakterin büyükbabası olduğu anlaşılmaktadır. Küçük kardeşlerden birinin mutfakta boyama yaptığı, diğer küçük kardeşin bir çalışma odasında oyuncaklarıyla oynadığı, büyükbabanın oturma odasında bir koltukta uyukladığı ve babanın ise atölye gibi bir odada tamir yaptığı görülmektedir. Her karakterin kendince bir işle meşgul olduğu ve her odanın bir “çalışma alanı” olduğu mesajı

verilmektedir. Karakter açısından *Dördüncü Oda Arkadaşı* reklam filmi dikkate alındığında, ana karakterin bir ev kedisi olduğu ve odalar arasında gezerken altı genci izlediği anlaşılmaktadır. Altı genç arasında mutfakta yemek yapanın melez bir genç iken, boyama yapan, bir çalışma masasında oturan ve müzikle ilgilenen gencin siyahi gençler olduğu görülmektedir.

Reklam filmlerinde karakterlerin sözsüz etkileşim biçimlerine dayanarak iletişim kurduğu görülmüştür. El-kol hareketlerinin ve mimiklerin etkileşimi yönlendirdiği reklam filmlerinde anlatı lo-fi tarzında müzikle ve reklam filmi görüntüsüne yerleştirilen yazılarla aktarılmaktadır. Reklam mesajı (“*Üniversite için hazırlan*” [Orijinal mesaj: “*Get ready for college*”]) ise reklam filmi sonunda sunulmaktadır.

Karakterler psikolojik unsurlar kapsamında değerlendirilen arketipler açısından incelendiğinde, reklam filmlerinde farklı arketiplere yer verildiği tespit edilmiştir. *Uzlaşma* reklam filminde, bitkileriyle ilgilenen genç karakterin yaratıcı arketipine daha uygun olduğu, müzik dinleyen genç karakterin ise asi arketipini simgelediği görülmüştür. *Çalışma Alanı* reklam filminde ana karakter olan gencin bilge, oyuncaklarıyla oynayan küçük kardeşin şakacı, mutfakta boyama yapan kardeş ile babanın yaratıcı, büyükbabanın ise sıradan insan arketipini üstlendiği saptanmıştır. Son olarak, *Dördüncü Oda Arkadaşı* reklam filminin ana karakteri olan kedinin kâşif, boyama yapan, yemek yapan ve müzikle ilgilenen gençlerin yaratıcı, birlikte çalışma masasında oturan gençlerin ise sıradan insan arketipinin özelliklerini sergilediği anlaşılmaktadır.

Hikâye anlatıcılığı unsurları göz önünde bulundurulduğunda, reklam filmlerinde farklı olay örgülerine rastlanmaktadır. *Uzlaşma* reklam filmi karakterlerin ortamlarında IKEA’nın ürünleriyle sorunlarından kurtularak yeni bir ortama kavuştuklarını sergilemekte ve “Yeniden Doğuş” olay örgüsünün özelliklerini taşıdığını göstermektedir. Ancak diğer iki reklam filmi (“*Dördüncü Oda Arkadaşı*” ve “*Çalışma Alanı*”) ana karakterlerin kendilerine rahat edecekleri bir yer arama süreçlerini gösterdiği için “Arayış” olay örgüsüne dayandığını işaret etmektedir.

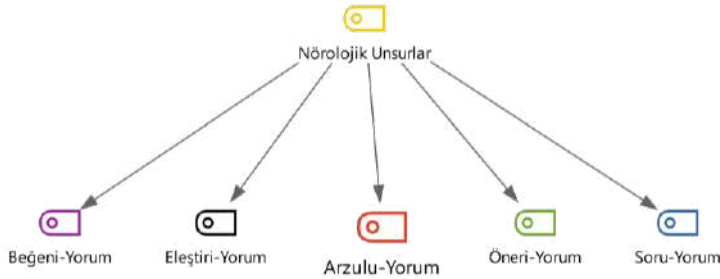
Reklam filmindeki dilsel özellikler reklam görüntüsü üzerinde hedef kitleye iletilen “*Find your slice of life this semester*” ve “*Get ready for college*” iletileri çerçevesinde incelenmiştir. Sözdizimsel (syntactic) olarak iletilerin emir kipinde hazırlandığı anlaşılmaktadır. Sesbilimsel (phonological) olarak ise iletiler farklılık göstermektedir. “*Find your slice of life this semester*” iletilinde iç kafiye (rhyme) görülürken, “*Get ready for college*” iletilinde ritim (rhythm) vurgusuna rastlanmaktadır. Anlambilimsel (semantic) açıdan iletilerin mecaz niteliği taşıdığı fark edilmektedir.

Kampanyaya Yönelik Tüketici Tepkilerine İlişkin Bulgular

Tüketici tepkilerini anlama sürecinde yorumlar incelendiğinde temel birkaç bulguya rastlanmıştır. İlk olarak, toplam 173 yorum arasında 37 yorumun markaya ait olduğu görülmüştür. İkincisi, yorum yapan marka dışındaki kullanıcıların 121'i anonim yorumcu iken, 15 yorumcunun anonim olmadığıdır. Son olarak cinsiyet açısından bakıldığında, 38 yorumcunun erkek, 60 yorumcunun kadın olduğu ve 38 yorumcunun ise cinsiyetinin anlaşılamadığı görülmüştür. Yorumların dördünün ise anlamsız olduğu fark edilmiştir.

Yorumlar dili dikkate alındığında, en fazla İngilizce (f=109) olmak üzere sırasıyla İspanyolca (f=3), Korece (f=1), Lehçe (f=1) ve Yunanca (f=1) dillerinde yorumlar yapıldığı görülmüştür. Ayrıca tüketicilerin sadece yorum yaptığı ve herhangi bir başka dile başvurmadığı durumlara da rastlanmış ve buna “emoji dili” adı verilmiştir. Emoji kullanımı açısından bakıldığında, 21 yorumun bu bağlamda emoji dili içerdiği, yani sadece emojiye yer verdiği, 82 yorumun herhangi bir emoji bulundurmadığı ve 33 yorumda ise emojiinin yer aldığı dikkat çekmiştir.

Nörolojik unsurlar açısından yorumlar incelendiğinde, yorum motivasyonları beş temel tema altında birleşmiştir. İsteklerini, beğenilerini, eleştirilerini ve önerilerini bildirmek ve soru yöneltmek için yorum yaptığı anlaşılan tüketicilerin yorumlarına ilişkin temalar motivasyon ifadesi ile “(-)yorum” kelimesinin birleştirildiği kelime oyunuyla adlandırılmıştır. Böylece temalar aşağıdaki görselde gösterildiği üzere “Beğeni-Yorum”, “Eleştiri-Yorum”, “Öneri-Yorum” ve “Soru-Yorum” olarak adlandırılmıştır. İstek bildiren yorumlara ilişkin tema üretilirken ise, “İsti-Yorum” yerine istek kelimesiyle eş anlama gelebilecek “arzula-“ fiili kullanılarak “Arzulu-Yorum” ifadesiyle tanımlanmıştır.



Şekil 1: Nörolojik Unsurlar Kapsamındaki Temel Tüketici Tepkileri

Tüketicilerin tepkileri beğeni [Beğeni-Yorum] çerçevesinde değerlendirildiğinde, iki alt tema ortaya çıkmıştır: (1) Markayı beğeniyorum, (2) Reklamı beğeniyorum. Markayı beğenme sebepleri olarak gündeme gelen konulardan biri kullanıcılarla sosyal ağlarda etkileşim kurması (f=1) iken, diğer

konu başarılı reklam kampanyaları yapması (f=4) olarak belirlenmiştir. Reklamı beğenme gerekçeleri incelendiğinde, reklamı en çok anime tarzında hazırlanmış olması (f=12) dolayısıyla beğendikleri görülürken, bu gerekçeyi reklamın eğlenceli oluşu (f=5), yaratıcı oluşu (f=4), reklam karakterlerinin ilgi çekiciliği (f=3), müziğinin iyi oluşu (f=2), önceden beğendikleri animasyon tarzlarına benzemesi (f=2) ve zekice hazırlanmış oluşu (f=1) takip etmiştir. Tüketicilerin yorumları markadan çok reklamı beğendiklerini işaret etmiştir. Beğenilere ilişkin birkaç yoruma aşağıda yer verilmiştir:

IKEA havaya fırladı. [Markayı beğenme > Başarılı kampanyası için]

Güzel animasyon çalışması   [Reklamı beğenme> Anime tarzında olduğu için]

Harika reklam! Bu animasyonlar bana GI Joe çizgi filmlerini hatırlattı. Buna BAYILDIM!  [Reklamı beğenme > Önceki beğendiğim içeriklere benzediği için + Anime tarzında olduğu için]

Tüketicilerin isteklerini belirtmek üzere yaptıkları yorumların birleştiği “Arzulu-Yorum” temasında ise, çeşitli isteklerin yer aldığına rastlanmıştır. Bu kapsamda yorum yapanların çoğunlukla başkalarıyla etkileşim kurmayı istemeleri (f=7) dolayısıyla yorum yaptıkları görülmüştür. Bunun dışında, bazı yorumcular yaptıkları yorumlarla (ilk yorum yapan olma, vs.) dikkat çekmeyi (f=6) hedeflemiştir. Aynı zamanda başkalarıyla çeşitli konuları (IKEA’ya gitme planı, kendi hikâyelerini paylaşma, vs.) paylaşma girişimlerine (f=5) de rastlanmıştır. Yorumcuların ayrıca diğer tüketicileri kendi ticari ağlarına katma isteğiyle – muhtemelen dolandırıcılık amaçlı – yorumlar yaptıkları (f=5) durumlara tanık olunmuştur. Bunun haricinde, markanın kendisini desteklemesini isteyen (f=1) kullanıcı gibi, markanın bu kampanyayı hazırlayan pazarlama ekibini de maddi açıdan desteklemesini isteyen (f=1) kullanıcılar dikkat çekmiştir. Arzulu-Yorum teması çerçevesinde değerlendirilen yorumlara örnek olarak şunlar sunulabilir:

Bu bana kedimi özletti [Arzulu-Yorum > Başkalarıyla paylaşmayı arzuluyorum.]

IKEA bana sponsor ol [Arzulu-Yorum> Markanın beni desteklemesini arzuluyorum.]

Selaaammm [Arzulu-Yorum> Başkalarıyla etkileşime girmeyi arzuluyorum.]

Beğenilerini sunan kadar eleştirilerini aktaran tüketiciler de yorum yapanlar arasında yer almıştır. Eleştirileri incelendiğinde, iki konu çerçevesinde eleştirilerin yer aldığı görülmüştür: (1) Markayı eleştiriyorum, (2) Reklamı eleştiriyorum. Tüketicilerin markaya yönelik eleştirileri dikkate alındığında gerekçe olarak (1) ürün teslimat ücretlerini, (2) iddia ettiği gibi güvenilir bir marka olmamasını, (3) web sitesinde tüketicinin iletişim kurabileceği herhangi bir alan bulunmamasını, (4) mağazadaki yiyecek niceliği ve niteliğinin kötü olmasını, (5) mağaza müdürlerinin sorunlarla ilgilenmemesini ve (6) mağazaları IKEA'nın kapatıyor olmasını sundukları tespit edilmiştir. Reklamı eleştiri gerekçelerinin ise çoğunlukla reklam hikâyesini komik bulmaları (f=8) olduğu görülmüştür. Diğer gerekçeler arasında reklamı saçma bulmaları (f=3), reklamın sürekli karşlarına çıkması (f=2) ve siyahı karakterler kullanması (f=2) yer almıştır. Eleştiri-Yorum teması çerçevesinde yapılmış yorumlara bazı örnekler şöyledir:

Websitesinde şikayetinizi iletebileceğiniz tek bir e-posta adresi yok [Eleştiri-Yorum> Markayı Eleştiriyorum → Websitesinde herhangi bir iletişim bilgisi bulunmadığı için eleştiriyorum]

Beni bir rahat bırak [Eleştiri-Yorum > Reklamı Eleştiriyorum → Sürekli karşıma çıktığı için eleştiriyorum.]

Eleştiri ve beğenilerin yanı sıra önerilerde bulunan yorumcuların üç konu çerçevesinde öneriler sunduğu görülmüştür: (1) reklama yönelik öneriler, (2) markaya yönelik öneriler ve (3) müşterilere yönelik öneriler. Reklam konusunda tüketicilerin önerisi, reklamın uzun versiyonunun yapılması ve IKEA'daki oda turlarını içermesi yönündedir. Marka için ise öneriler yoğunlukla markanın yeni mağazalar açmasına (f=5) yöneliktir. Ayrıca markaya tüketiciler benzer reklam kampanyalarını farklı mecralarda da yapmasını (f=3), kampanyayı hazırlayan tasarımcılara daha fazla ödeme yapmasını (f=2), markanın Studio Ghibli ile işbirliğinde bulunmasını (f=2), kampanyanın devam filmlerinin hazırlanmasını (f=1), markanın yeni koleksiyonlar sunmasını (f=1) ve marka maskotunun köpekbalığı peluşu olmasını (f= 1) önermiştir. Müşteriler için öneriler arasında IKEA müşterilerinin mağazalardaki yemekleri yememesi (f=2) ve ileriki ev tasarımlarında IKEA'yı incelemeleri (f=1) yer almıştır. Öneri-Yorum teması çerçevesinde değerlendirilen yorumlara örnek olarak şunlar gösterilebilir:

Buna bayıldım! IKEA, lütfen bu lo-fi reklamının uzun versiyonunu oda turları için yap!!!! [Öneri-Yorum > Reklama Öneriler → Reklamın uzun versiyonunu oda turu şeklinde yapmasını]

@ikeausa TV veya internetteki herhangi bir reklam için de bu tür animasyonlar düşünülmeli!!! 🤔🐱🐾 [Öneri-Yorum> Markaya Öneriler → Benzer kampanyaların yapılmasını öneriyorum.]

IKEA müşterileri, dikkat, restoranlardaki yemek kalitesi düştü, tüketmeyin [Öneri-Yorum> Müşterilere Öneriler → IKEA müşterilerinin mağazalardaki yiyecekleri tüketmemesini]

Nörolojik unsurlara ilişkin son yorum teması ise “Soru-Yorum” olarak belirlenmiştir. Bu tema çerçevesinde yorum yapanların reklam animasyonlarını hazırlayanları (f=2), marka maskotunun ne olduğunu (f=1), markanın yeni ürün sunup sunmayacağını (f=1), yorumcular arasında etkileşim kurmak isteyenlerin olup olmadığını (f=1) ve IKEA’nın soruları yanıtlayıp yanıtlamadığını (f=1) öğrenmeye yönelik soru yönelttikleri tespit edilmiştir. Tüketicilerin çeşitli sorularını yöneltmeleri sonucu ortaya çıkan “Soru-Yorum” temasına ilişkin örnek yorumlar şöyledir:

IKEA yanıt veriyor mu? [Soru-Yorum> IKEA'nın yanıt verip vermediğini]

Bu animasyon serisini yapan sanatçıların kim olduğunu öğrenmenin bir yolu var mı? @ikeausa [Soru-Yorum> Reklam animatörünü öğrenmek için soruyorum.]

Hey Ikea senin maskotun ne [Soru-Yorum> Markanın maskotunun ne olduğunu soruyorum.]

SONUÇ

Reklam profesyonellerinin işi, dijital çağda gün geçtikçe daha güç hale dönüşmüştür. Bir yandan mecralar değişirken, bir yandan da hedef kitlenin reklama ve dünyaya bakış açıları değişmekte ve bu da her geçen gün reklam profesyonellerinin yeni yollar bularak hedef kitlesini cezbetmeye çabasına yol açmaktadır. Önceki kuşakların aksine her şeyden çok kısa süre içinde sıkılan ve sürekli yenilik arayışında bulunan Z kuşağının dikkatini çekmek ve onlar arasında konuşma konusu olabilmek reklam profesyonelleri için yeni bir mücadele alanı olmaktadır. Bu noktada markalar Z kuşağına hitap edebilecek animasyon tarzında kısa filmler sunarak bu kuşağa mensup bireylerin hayatında bir yer edinmeye çalışmaktadır. IKEA markası da bu markalardan biri olarak animasyon tarzında hazırladığı 45 saniyelik kısa film reklamlar ile Z kuşağının üniversite döneminde karşılaştığı “kendine ait alan yaratma” sorununa ürünleriyle çözüm sunduğu mesajını bu kuşağın zaman geçirmekten keyif aldığı TikTok mecrası başta olmak üzere çeşitli dijital medya kanallarında ileterek bu kuşaktaki hedef kitlenin yaşamında ve zihninde kendine bir yer edinmeyi hedeflemiştir. Bu çalışmada bu

kampanyadaki reklam filmleri anlatı unsurları çerçevesinde incelenmiş ve kampanyaya yönelik tüketici tepkileri kampanyanın yayınlandığı sosyal mecralardaki tüketici yorumları dikkate alınarak değerlendirilmiştir.

IKEA'nın hazırladığı kampanyada yer alan reklam filmlerinin farklı ilerleyen olay örgüleri içerdiği ve bu kapsamda birbirinden farklı hikâyelere yer veren vinyet anlatım tarzını benimsediği görülmüştür. Bu yolla markanın hem farklı alanlarda sunduğu ürünlerle hayatları kolaylaştırdığına ilişkin mesaj vermeye çalıştığı, hem de hedef kitlenin sıkılgan yapısını göz önünde bulundurarak hikâyeleri değiştirdiği düşünülmektedir. Karakterler açısından reklam filmlerinde çoğunlukla siyahi gençlerin yer aldığı ve bunun bazı tüketiciler tarafından eleştirildiği dikkat çeken bir sonuçtur. IKEA'nın aynı zamanda gençleri aktif gösterip yaşlı bireyleri “uyur” vaziyette göstermesi, yaş ayrımcısı bir reklam kampanyası yaptığını işaret etmektedir. Yine karakterler göz önünde bulundurulduğunda kedinin ana karakter olarak yer alması, Z kuşağının özellikle kedilere olan düşkünlüğüne odaklanıldığını ve hedef kitlenin de bunu fark ederek reklamı beğendiklerini ifadelerinde aktardıklarını göstermektedir. Aynı zamanda karakterlerin çoğunlukla yaratıcı yönlerine yapılan vurgu, Z kuşağının kendisini karakterlerle özdeşleştirmesi için önemli bir konu olarak gündeme gelmektedir. Hikâye anlatıcılığı unsurları çerçevesinde ele alınan “Arayış” olay örgüsünün reklam filmlerinde baskın gelmesi, Z kuşağının sorunlarına hızla çözüm bulma çabasına değinildiğini göstermektedir. Öyle ki marka Z kuşağının arayış sürecini uzatmamak amacıyla ürünlerinin hızlı çözümler sunduğunu gösterme çabasıdır. Reklamda aynı zamanda lo-fi müzik kullanımı önemli niteliklerden biri olarak görülmektedir. Bu yolla Z kuşağının dikkatini çekmekle kalınmayıp Stern'in (1994) belirttiği gibi vinyet reklamlarda rastlanan müzikle reklam filmleri arasında bağ kurarak anlam yaratmaya çalışıldığı dikkat çekmektedir.

Tüketici tepkilerini anlamak amacıyla reklam filmlerine yapılan yorumlar incelendiğinde, markanın özellikle Instagram mecrasında yorum yapanlara yanıt vererek etkileşim kurma çabası dikkat çekmektedir. Bu yönüyle incelendiğinde Instagram'da diyalojik bir iletişime önem verdiği görülen markanın diğer mecralarda buna yönelik herhangi bir girişimde bulunmayışı markanın mecralara bakış açısının farklılığına işaret etmektedir. Öyle ki marka için Instagram mecrası tüketici ile iletişim kurulabilecek bir alan iken, diğer mecralarda tüketici ile iletişime geçmek önemli görünmemektedir denilebilir. Bu da markanın olası müşterilerini göz ardı etmesine yol açabilecek bir durumdur. Buradan hareketle markanın tüm mecralarda diyalojik iletişim kurmasının etkin bir strateji olacağı düşünülmektedir. Z kuşağının etkileşimden hoşlanan yönü dikkate alındığında, bu durum önem kazanmaktadır.

Yorumların İngilizce dışında İspanyolca, Korece, Lehçe ve Yunanca gibi farklı dillerde olması kampanyanın erişim noktasında sadece Amerika Birleşik Devletleri ile sınırlı kalmadığını, dünyanın birbirinden uzak noktalarındaki kullanıcılara ulaşabildiğini göstermiştir. Bu durum markanın uluslararasılığına işaret ettiği kadar, kampanyanın da farklı ülkelerde yer edinebilen bir özelliği taşıdığını vurgulamıştır. Yine dünyanın pek çok bölgesinde aynı anlama gelebilecek emojielerin yorumlarda yoğun olarak kullanılması da önemli bir sonuçtur. Öyle ki tüketiciler tepkilerini yalnızca anladıkları ve konuştukları dilde aktarmakla kalmayıp duygularını da yansıtabilecek evrensel bir dil niteliği taşıyan emojieler yoluyla aktarmayı tercih etmiştir.

Yorumlarda markadan çok reklama yönelik beğenilerin yer alması önemli bir sonuçtur. Bu durum, reklama yönelik olumlu tepkilerin markaya yönelik olumlu tepkilere yol açabileceğini ileri süren çalışmalar dikkate alındığında, bu tür reklamların hazırlanmasının yaratabileceği olumlu etkiye işaret etmektedir. Çoğunlukla reklamdan kaçınma eğilimi gösteren hedef kitlenin reklamı beğendiğini ifade etmesi, reklam kampanyasının başarısına vurgu yapıyor olabilir. Her ne kadar beğeniler ağırlıklı olsa da eleştiriler de kampanyaya ve markaya yönelik tüketici tepkilerine dair kıymetli içgörüler sunmuştur. Öyle ki markanın tüketici ile etkileşim ve iletişim kurma konusunda yaşadığı sıkıntılara değinen eleştiriler, markanın tek bir mecra ile sınırlı kalmayıp farklı mecraları da etkin bir şekilde kullanarak tüketiciyle iletişim ve etkileşim kurması yönündeki gerekliliğe bir kez daha vurgu yapmaktadır. Reklama yönelik eleştirilere bakıldığında reklamın sürekli karşısına çıkmasından yakınan tüketicilere rağmen reklamın beğenildiğinin görülmesi reklam profesyonelleri açısından önemli bir konu olarak görünmektedir. Bu bağlamda, marka iletişim sorumlularının bu hususu dikkate almaları önerilmektedir.

Reklamın eleştirilmesi konusunda dikkat çeken yorumlardan biri reklam hikâyesinin tüketiciler tarafından komik ve saçma bulunduğudur. Bu bağlamda özellikle tüketicilerin hikâyeleri basit bulduğu görülmüştür. Bunun sebebinin, her ne kadar reklam Z kuşağı için hazırlanmış olsa da izleyenler tarafından Z kuşağından daha küçük yaşta hedef kitle için hazırlandığını düşünmeleridir. Bu da özellikle yaş ilerledikçe hikayelerden beklentilerin hikayelerin daha karmaşık ve detaylı olması yönünde olmasıyla alakalı olabilir (Fitzgerald Whaley, 1981).

Bir hikâyenin yapısal unsurları bilindiğinde, bu unsurları kullanarak önemli ve önemsiz olaylar arasında ayırım yapabilmek, olaylar arasındaki ilişkiyi görebilmek ve bir hikâyeden ne beklendiğini tahmin edebilmek mümkün sayılmaktadır (Mandel Morrow, 1985a; Mandler ve Johnson, 1977). Buradan hareketle bu çalışmada hem hikâye anlatıcılığına başvurulmuş kısa reklam filmleri yapısal unsurları çerçevesinde incelenmiş, hem de bu tür reklam filmlerine

yönelik beklentileri anlamak açısından tüketici tepkileri reklam filmlerine yapılan yorumlar göz önünde bulundurularak değerlendirilmiştir. Reklam filmlerini alanyazındaki belirli çalışmalar ekseninde analiz etmesi sebebiyle olası diğer konuları (örn. reklamda yaratıcılık stratejileri) kapsam dışında tutması, reklamları ve yorumları yalnızca içerik analiziyle incelemiş olması ve tüketici tepkilerini yalnızca sosyal medya hesaplarındaki yorumlar doğrultusunda değerlendirmesi sebebiyle çeşitli sınırlılıklar barındırsa da çalışma alana katkı sunabilecek belirli hususlara yer vermektedir. İlk ve en önemlisi, tüketici tepkilerini değerlendirmek için bir çerçeve çizmiş olmasıdır. Bu bağlamda tüketici araştırmaları yapan uygulayıcılar ve araştırmacılar için ileriki araştırmalarda kullanılabilecek bir çerçeve sunulmuştur. Beş temel tema çerçevesinde tüketici tepkilerinin değerlendirilebileceğini alana öneren bu çalışmanın diğer bir katkısı ise, diğer çalışmalarda olduğu gibi sosyal medya hesaplarından yalnızca birini dikkate alarak değil kampanyanın yayınlandığı tüm sosyal medya hesaplarını inceleyerek tüketici tepkilerini kapsamlı ve bütüncül bir perspektiften analiz etmesidir. İlerleyen çalışmalarda reklam profesyonelleriyle görüşme yapılarak reklam filminin etkinliğini değerlendirmeleri, aynı zamanda farklı kuşaklar kadar özellikle Z kuşağındaki bireylerle görüşmeler yürütülerek derinlemesine tüketici değerlendirmelerini anlayabilecek araştırma yöntemleri kullanılmasının alana önemli katkılar sunacağı öngörülmektedir.

REFERANSLAR

1. Booker, C. (2004). *The Seven Basic Plots: Why we tell stories*. London, UK & New York, NY, US: Continuum.
2. Chang, C. (2009). Repetition Variation Strategies for Narrative Advertising. *Journal of Advertising*, 38(3), 51-66. doi:10.2753/joa0091-3367380304
3. Cheng, M., & Frommann, L. (2023). Gillette 'We believe: the best men can be' – the advertisement that shaved itself off the market. (Master Master). Jönköping University, Sweden.
4. Chiu, H.-C., Hsieh, Y.-C., & Kuo, Y.-C. (2012). How to Align your Brand Stories with Your Products. *Journal of Retailing*, 88(2), 262-275. doi:10.1016/j.jretai.2012.02.001
5. Edson Escalas, J., Chapman Moore, M., & Edell Britton, J. (2004). Fishing For Feelings? Hooking Viewers Helps! *Journal of Consumer Psychology*, 14(1&2), 105-114.
6. Elo, S., & Kyngas, H. (2008). The qualitative content analysis process. *Journal of Advanced Nursing*, 62(1), 107-115. doi:10.1111/j.1365-2648.2007.04569.x
7. Feng, Y., & Chen, H. (2022). Evolving Consumer Responses to Social Issue Campaigns: A Data-Mining Case of COVID-19 Ads on YouTube. *Journal of Interactive Advertising*, 22(2), 195-206. doi:10.1080/15252019.2022.2063770
8. Feng, Y., Chen, H., & He, L. (2019). Consumer Responses to Femvertising: A Data-Mining Case of Dove's "Campaign for Real Beauty" on YouTube. *Journal of Advertising*, 48(3), 292-301. doi:10.1080/00913367.2019.1602858
9. Feng, Y., & Xie, Q. (2019). Demystifying Novelty Effects: An Analysis of Consumer Responses to YouTube Videos Featuring Augmented Reality Out-of-Home Advertising Campaigns. *Journal of Current Issues & Research in Advertising*, 40(1), 36-53. doi:10.1080/10641734.2018.1500321
10. Fitzgerald Whaley, J. (1981). Readers' Expectations for Story Structures. *Reading Research Quarterly*, 17(1), 90-114.
11. Fog, K., Budtz, C., Munch, P., & Blanchette, S. (2010). *Storytelling: Branding in Practice* (2 ed.). Copenhagen, Denmark: Springer-Verlag Berlin Heidelberg.
12. Grant, P., Botha, E., & Kietzmann, J. (2015). Branded Flash Mobs: Moving Toward a Deeper Understanding of Consumers' Responses to

- Video Advertising. *Journal of Interactive Advertising*, 15(1), 28-42. doi:10.1080/15252019.2015.1013229
- 13.Kaufman, B. (2003). Stories that SELL, stories that TELL. *Journal of Business Strategy*, 24(2), 11-15. doi:10.1108/02756660310508155
- 14.Kılıç, F., & Yolbulan Okan, E. (2021). Storytelling and narrative tools in award-winning advertisements in Turkey: an interdisciplinary approach. *Journal of Marketing Communications*, 27(8), 881-896. doi:10.1080/13527266.2020.1780466
- 15.Lien, N.-H., & Chen, Y.-L. (2013). Narrative ads: The effect of argument strength and story format. *Journal of Business Research*, 66(4), 516-522. doi:10.1016/j.jbusres.2011.12.016
- 16.Lima, A. M., & Casais, B. (2021). Consumer reactions towards femvertising: a netnographic study. *Corporate Communications: An International Journal*, 26(3), 605-621. doi:10.1108/ccij-02-2021-0018
- 17.Mandel Morrow, L. (1985a). Reading and Retelling Stories: Strategies for Emergent Readers. *The Reading Teacher*, 38(9), 870-875.
- 18.Mandel Morrow, L. (1985b). Retelling Stories: A Strategy for Improving Young Children's Comprehension, Concept of Story Structure, and Oral Language Complexity. *The Elementary School Journal*, 85(5), 646-661.
- 19.Mandler, M. J., & Johnson, N. S. (1977). Remembrance of things parsed: Story structure and recall. *Cognitive Psychology*, 9, 111-151.
- 20.Mark, M., & Pearson, C. S. (2001). *The Hero and The Outlaw: Building Extraordinary Brands Through the Power of Archetypes*. USA: McGraw-Hill.
- 21.Moraru, M. (2011). The Narrating Instances in Advertising Stories. *Journal of Media Research*, 9(1), 54-72.
- 22.Motaqed, S., & Annapurna, M. (2018). Advertisement Analysis: Syntactic Devices in English Magazines. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 6(10), 77-81.
- 23.Reagle, J. M. (2015). *Reading the Comments: Likers, Haters, and Manipulators at the Bottom of the Web*. Cambridge, Massachusetts & London, England: The MIT Press.
- 24.Schank, R. C. (1999). *Dynamic Memory Revisited*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- 25.Selvi, A. F. (2019). Qualitative content analysis. In J. McKinley & H. Rose (Eds.), *The Routledge Handbook of Research Methods in Applied Linguistics* (pp. 440-452). London, UK: Routledge.

- 26.Skorupa, P., & Dubovičienė, T. (2015). Linguistic Characteristics of Commercial and Social Advertising Slogans. *Coactivity: Philology, Educology*, 23(2), 108-118. doi:10.3846/cpe.2015.275
- 27.Stern, B. B. (1994). Classical and Vignette Television Advertising Dramas: Structural Models, Formal Analysis, and Consumer Effects. *Journal of Consumer Research*, 20(4), 601-615.
- 28.Woodside, A. G. (2010). Brand-Consumer Storytelling Theory and Research: Introduction to a Psychology & Marketing Special Issue. *Psychology and Marketing*, 27(6), 531-540.

EKLER

Tablo 1: Reklam Filmi Kodlama Cetveli

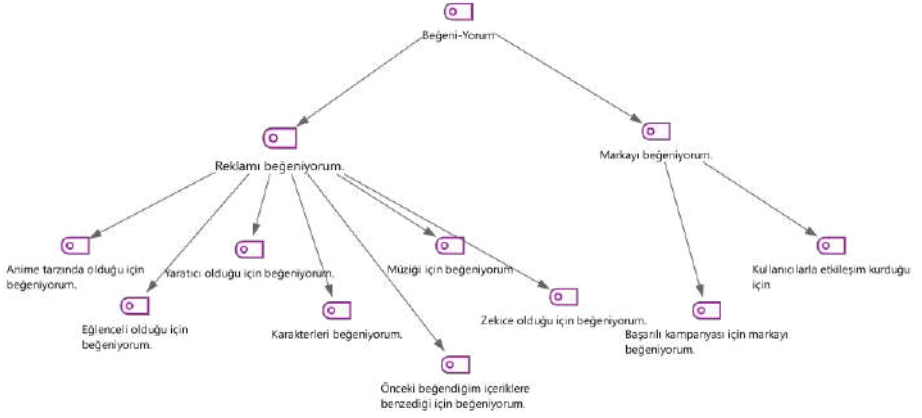
Kategori	Alt Kategori	İlgili Çalışmalar
Anlatı Reklamı Türü	(1) Vinyet; (2) Klasik	(Stern, 1994)
Olay Örgüsü Stratejisi	(1) Aynı ilerleyen olay örgüsü stratejisi; (2) Farklı ilerleyen olay örgüsü stratejisi; (3) Süreklilik içeren olay örgüsü stratejisi	(Chang, 2009)
Ortam	(1) Mekân; (2) Zaman; (3) Karakter	(Stern, 1994)
Arketip	(1) Asi; (2) Aşık; (3) Bilge; (4) Hükümdar; (5) Kahraman; (6) Kâşif; (7) Masum; (8) Sihirbaz; (9) Sıradan İnsan; (10) Şakacı; (11) Yaratıcı; (12) Yardımsever	(Mark ve Pearson, 2001)
Karakter Etkileşim Biçimi	(1) Sözlü; (2) Sözsüz	(Stern, 1994)
Yedi Temel Olay Örgüsü	(1) Canavarı Alt Etmek; (2) Fakirlikten Zenginliğe; (3) Arayış; (4) Yolculuk ve Dönüş; (5) Komedi; (6) Trajedi; (7) Yeniden Doğuş	(Booker, 2004)
Dilsel Özellikler	(1) Sözdizimsel; (2) Sesbilimsel; (3) Anlambilimsel	(Kılıç ve Yolbulan Okan, 2021; Motaqed ve Annapurna, 2018; Skorupa ve Dubovičienė, 2015)

Kod Hiyerarşisi Modeli [Arzulu-Yorum]



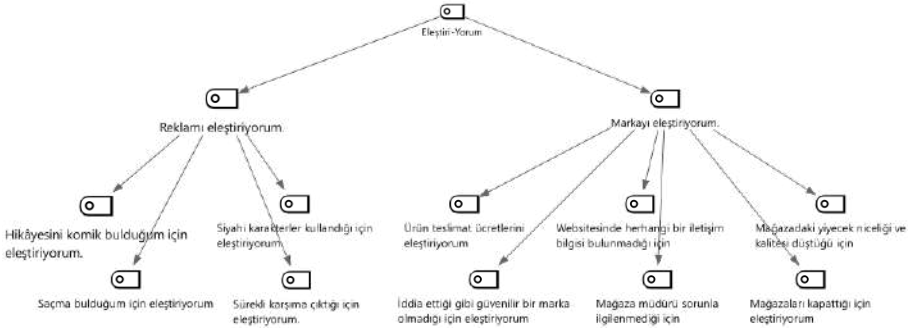
Şekil 2: Arzulu-Yorum Teması ve Alt-Temaları

Kod Hiyerarşisi Modeli [Beğeni-Yorum]



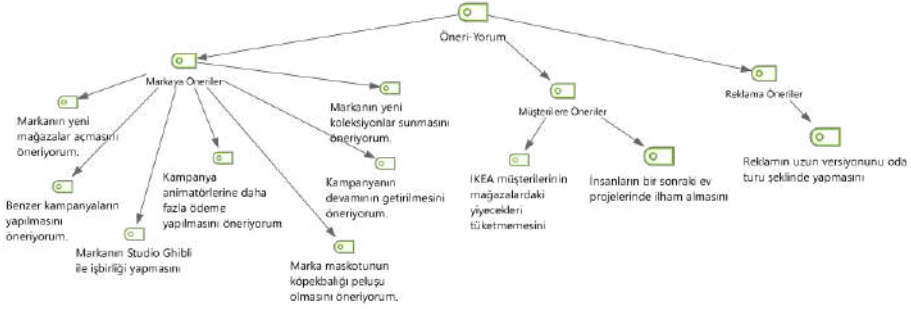
Şekil 3: Beğeni-Yorum Teması ve Alt-Temaları

Kod Hiyerarşisi Modeli [Eleştiri-Yorum]



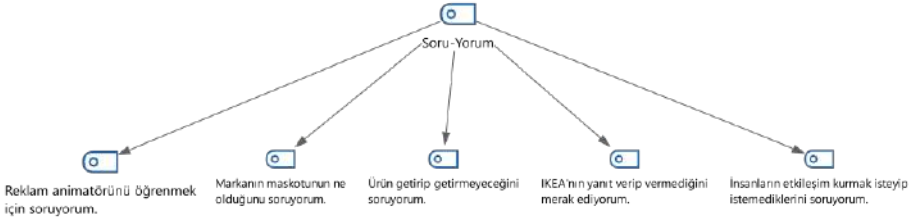
Şekil 4: Eleştiri-Yorum Teması ve Alt-Temaları

Kod Hiyerarşisi Modeli [Öneri-Yorum]



Şekil 5: Öneri-Yorum Teması ve Alt-Temaları

Kod Hiyerarşisi Modeli [Soru-Yorum]



Şekil 6: Soru-Yorum Teması ve Alt-Temaları

61. Bölüm

Almanya’da Teneffüslerde Türkçe Konuşma Yasağı: Bir Örnek Olay İncelemesi

İlhan KARACA¹

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Bayburt Üniversitesi, Sosyoloji Bölümü,
ilhankaraca@bayburt.edu.tr Orcid ID: 0000-0001-7491-732X

ÖZET

Giriş

“Kuğu iyi uyum sağlamış bir göçmendir.”
(Tiernah, 13.06.201)

Girişteki cümle, Almanya’da yayımlanan “Tiernah” isimli bir hayvan bilimi dergisinin kuğuyu (*Türkentaube*) ele aldığı bir yazının başlığıdır. Ülkede ilk kez 1948 yılında gözlenen ancak sonradan popülasyonu çoğalan kuğu, Almanya’da diğer türlerin yanındaki yerini almış bulunmaktadır. Ancak bu çalışma açısından belki daha ilginç olanı, uyum kelimesinin bir hayvan için kullanılmış olmasıdır. Böyle yapılması şüphesiz ki bu güvercin türünün Türkiye’den göç etmiş olması ile ilgilidir. Yazının başlığı da aslında 1961 yılında işgücü göçü ile ülkeye gelen insanların uyum başarısına bir göndermedir. Anlaşılan geline nokta Türk toplumunun uyumu başarısız bulunmaktadır. Ne var ki, Türk toplumunun uyum sürecini kuşaklar üzerinden değerlendirdiğimizde, tespit edilen başarısızlığın daha ziyade çoğunluk toplumun bakış açısından kaynaklandığı anlaşılmaktadır. Bu bakış açısına göre uyum sağlamak sadece göçmenlerin görevi olmakla birlikte, çoğunluk toplumunun belirlediği tek yönlü bir yolda arkasına bakmadan "kültürel ilerleme" sağlamaya dayanmaktadır. Ancak bu ilerlemede çoğunluk toplumunun gözü, Türk toplumunun bitiş çizgisine ne kadar yaklaştığında değil, start çizgisinden ne kadar uzaklaştığında. Uzaklaşmak ise sonsuza kadar devam ettirilebileceği için, uyum, sürekli yolda (göçmen) olmak ve bitiş çizgisini (yerli olmak) hiçbir zaman göğüsleyememek anlamına gelmektedir.

Alman okullarında oldukça sık karşılaşılan teneffüslerde Türkçe konuşma yasakları, tam da yukarıda anlatılanla ilgili bir durumdur. Esasen tek dillilik normunun işletildiği Alman okullarına devam eden Türk çocukları, kuşaklar ilerledikçe Türkçeden bu dili standart düzeyde konuşamayacak derecede uzaklaşmış hatta büyük ölçüde Almancayı anadilleri olarak kabul etmiş durumdadırlar. Nitekim yapılan araştırmalar, göçmen kökenli çocukların çoğunun evde de Almanca konuştuklarını ortaya koymaktadır. Ancak yukarıda da altı çizildiği gibi, çoğunluk toplumunun baktığı yer burası değildir, bu nedenle gördüğü şey, kimin hangi ortamda hala Türkçe konuşuyor olduğudur. Biz de aynı yere baktığımızda gördüğümüz, özellikle farklı milletlerin ve böylelikle dillerin yoğunlaştığı kentsel bölgelerde, gençlerin kendi aralarında Almancanın dışına çıktıklarıdır ve burada da aslında Türkçe değil ‘Mahalle Almancası’ (*Kiezdeutsch*) konuştuklarıdır. Dilbilimci Heike Wiese tarafından geliştirilen ‘Mahalle Almancası’ kavramı, göçmenlerin yoğun yaşadığı bölgelerde kullanılan ve Almancanın bir varyasyonu olan bir dildir (Wiese, 2010). Bu dil, içinde Almancanın yanında Türkçe, Arapça, Rusça gibi göçmen dillerinden cümle,

sözcük ve sözcük parçalarını da içermektedir. ‘Mahalle Almancası’ sadece genç göçmenler tarafından değil, onlarla aynı ortamlarda ve benzer koşullarda yetişen Alman kökenli genç ve çocuklar tarafından da yaygın olarak kullanılmaktadır. Bu durumda teneffüste Türkçe konuştuğu söylenen biri, kuvvetle muhtemel ‘Mahalle Almancası’ konuşmaktadır. Her ne kadar durum bundan ibaret olsa da biz bu çalışmada, ‘Mahalle Almancası’ konuşanların Türkçeden de yararlandıkları ve bunun sorun teşkil ettiği için, Türkçe yasağından bahsetmeye devam edeceğiz.

Çalışmada Türk çocuklarına uygulanan teneffüslerde Türkçe yasağı örnek olay analizi ile ele alınacaktır. Bu bağlamda 2020 yılında Baden-Württemberg Eyaletine bağlı Schwarzwald-Baar bölgesinde bir ilkokulda gerçekleşen bir yasaklama olayı, gazete ve dergi haberlerinden yararlanılarak doküman analizi ile irdelenecektir. Veri kaynağı olarak gazete ve haber dergilerinin seçilmesinin nedeni, Alman göç araştırmalarında, birçok alanda olduğu gibi, Türkçe yasakları ile ilgili yapılmış herhangi bir çalışmanın bulunmadığıdır. Göçmenler açısından önemli olan konuların göç araştırmaları tarafından rağbet görmediği bilinen bir gerçektir. Bu bağlamda alan yazın tarandığında, ilk göze çarpan gerçeğin, göçle ilgili belli konuların hiç çalışılmazken, bazı konu ve kavramların ise tekrar tekrar araştırıldığıdır. Örneğin Almancanın önemi, göçmenlerin Almanca yetersizlikleri araştırılmış ama dil ediniminde anadilinin rolü ve bu dilin kaybı ve çocukların kimlik inşa süreçlerine etkileri ve bunların psiko-sosyal sonuçları hiç araştırılmamıştır. Yine farklı kültürlerden gelen çocukların okul öncesi ve okuldaki kültürel uyum sorunları araştırılmış ama okul öncesi eğitimin ve okulun strüktürel ve ayrımcı yapıları ve bunların göçmen çocuklarına etkileri, çok az araştırılmıştır. Benzer bir şekilde örneğin ataerkil aile yapısı, namus cinayetleri, zorla evlilikler gibi konular göçmenlerle ilişkilendirilerek Alman toplumunda hiç rastlanmayan olgular olarak yansıtılmıştır. Elbette ki bu listeyi burada sonsuza kadar devam ettirebiliriz. Ancak varacağımız sonuç, konuların dar bir alan ve belli bir mantık içerisine hapsedilmiş olması ve genelde birinci kuşak hakkındaki ikinci el görüşlerin diğer kuşaklara da yakıştırılıyor olmasıdır (Marschalck, 2004).

Avrupa kıtasında doğrudan teneffüslerde olmasa da göçmen çocuklarının dil sorunlarını ele alan temel bir çalışmayı Gogolin’ “Çok dilli okulun tek dilli habitusu” başlıklı kitabıyla ele almıştır. Bu çalışmaya göre göçmen kökenli öğrencilerin doğal çok dilliliği, eğitim öğretimde dikkate alınmamaktadır. Böylece dilleri reddedilen çocukların kimlikleri de reddedilmektedir (Gogolin, 2008). Spesifik olarak teneffüslerde uygulanan Türkçe yasaklarına dikkat çeken belki tek çalışma, Korb (2014) tarafından Avusturya’da yapılmıştır. Araştırmacı, okullarda uygulanan gayri resmi Türkçe yasaklarından esinlenerek, Graz

şehrinde çok dilli öğrencilerin yoğun olduğu iki ortaokulda etnografik bir çalışma gerçekleştirmiştir. Araştırmacı, bahsi geçen çalışmasında dilsel ayrımcılık söyleminin okullarda ortaklaşa inşa edildiğini ve yeniden üretildiğini göstermiş ve ayrımcılığın özellikle Türkçe, Boşnakça ve Arapça gibi dillere yönelik daha katı uygulandığını ortaya koymuştur. Çok dillilik ve çeşitlilik, okulların doğal ve karakteristik bir özelliği olması gerekirken zaten resmi müfredatta yer almayan söz konusu dillerin teneffüslerde de gayri resmi olarak kullanılması yasaklanmaktadır (Korb, 2014).

Korb'un yukarıda bahsedilen araştırmasından hareket eden çalışmamız, sayıca en çok Türk'ün yaşadığı Almanya ve bu ülkedeki Türkçe yasaklarını ele almaktadır. Çalışmada Almanya'da teneffüslerde Türkçe yasağının yasal dayanağının olup olmadığına, yasağın başka hangi gerekçe ve argümanlarla savunulduğuna, yasağa karşı hangi argümanların geliştirildiğine, teneffüslerde anadili yasağının başka diller için de geçerli olup olmadığına odaklanmıştır. Ancak Korb'un çalışmasından farklı olarak, bu çalışmanın asıl cevap aradığı soru, Türk çocuklarının tüm asimilasyon süreçlerine ve baskılara rağmen Türkçe konuşmalarının ne anlama geldiği sorusuna cevap aramaktır. Dolayısıyla bu çalışma büyük ölçüde Almancaya geçiş yapmış çocukların, kalan Türkçelerini kullanmakla topluma ve alan yazınına hangi mesajı verdiklerini ortaya koymak istemektedir.

Çalışmanın nitel bölümüne geçmeden önce, kavramsal çerçeve bölümünde, bir ayrımcılık türü olan dilsel ayrımcılığın tanımı ve bu ayrımcılığın diğer ayrımcılık türlerinden farkı ortaya konacaktır. Çalışmada elde edilen bulgular, de Certau'nun 'gündelik yaşamın keşfi' kuramına işaret ettiği için, izleyen alt bölümde bu kuramın çerçevesi çizilecek ve yapılan araştırma ile ilişkilendirilecektir. Nitel bölümde ise yöntemle ilgili ayrıntılar verildikten sonra, örneklem olarak seçilen vaka betimlenecek ve bulgular ortaya konacaktır.

1. Kavramsal Çerçeve

1.1. Özel Bir Ayrımcılık Türü Olarak Dilsel Ayrımcılık

Giriş bölümündeki açıklamalardan da anlaşılacağı üzere, göçmen kökenli çocukların en çok karşılaştığı sorun, uyum sürecinin tamamlanmasına karşın bu sürece eşlik etmeyen kabul görme duygusudur. Göç süreci göçmenlerin kendilerini yaşadıkları topluma ait hissettirecek dinamikleri etkili kılrsa da, bir başka dinamik olan ayrımcılık ise onların dışlanmışlık duygusuna itmekte ve toplumla bütünleşmelerini engellemektedir.

Beri taraftan modern toplumlar göçmenlere uygulanan ayrımcılığın farkındadır. Bu durumun önüne geçmek için çoğunluk toplumlar birçok ayrımcılık biçimine karşı yüksek bir duyarlılık geliştirmiş ve ayrımcılığa karşı

koruyucu önlemler almayı da ihmal etmemişlerdir. Örneğin bireysel türden ayrımcı tutum ve davranışları, Avrupa Birliği'nin 2000 ve 2004 yılları arasında çıkarttığı kararnamelerle üye ülkelerine *Ayrımcılıktan Koruma Yasası* ya da *Eşit Muamelede Bulunma Yasası* ismini taşıyan yasalar çıkarılmıştır. Ancak bu türden yaptırım gücü zayıf yasalarla ayrımcılığın önlenemediği Avrupa ülkelerine bakıldığında hemen anlaşılmaktadır. Avrupa ülkelerinde toplumla bütünleştikleri halde, göçmen kökenli insanlara uygulanan uyum baskısı, yabancıların kabulündeki hoşnutsuzluk, yükselen ırkçılık dalgaları Avrupa ülkelerinde yaşayan göçmenlerin kafalarında soru işaretleri bırakmaktadır ve hatta bir kısmının bu nedenle ülkeyi terk etmelerine neden olmaktadır (Franken 2006: 1). Bundan alınması gereken ders ise açıktır. Hoşgörü kültürü sadece yasalarla inşa edilememektedir. Daha ziyade toplum içinde hoşgörü ve kabul kültürünün yerleşmiş olması, yasal çerçevenin temelini de oluşturmaktadır. Her ne kadar bu kültür Almanya'da henüz istenen düzeylere ulaşmış olmasa da kamu vicdanında özellikle ırk, renk, din, cinsiyet ve cinsel yönelime dayalı ayrımcı tutumlar kabul edilemez olarak değerlendirilmekte ya da insanlar bu tutumlarını davranışlarına yansıtmaktan daha çok çekinmektedir (Elspass ve Maitz, 2011:2). Bu durumda açık sosyal ayrımcılığın son kalesi olarak dilsel ayrımcılık kalmaktadır. Zira Batı ülkelerindeki insanlar, dilden kaynaklanan ayrımcılığa karşı duyarsız kalarak insanların buna bağlı olarak dezavantajlı duruma düşmelerine pek az ilgi göstermektedirler (Milroy, 1998).

Dile dayalı ayrımcılık genellikle geleneksel dil mitlerine ve ideolojilerine dayanmaktadır. Ulus devlet kendisini, genellikle “ortak bir kültür” ve “dil”e referansla tanımlamaktadır ve ulusun birliğinin ancak ülke içinde tek bir dilin konuşulmasıyla mümkün kılınabileceği düşüncesine yol açmaktadır. Böyle olunca örneğin Alman olup Almanca konuşanlar, genellikle farklı konuşan kişileri daha kolay reddedebilmektedir. Perchinig ve Toger'e göre bunun arkasında yatan neden, “yerli”lerin, kendileri tek dilliyken, göçmenlerin çok dilli olmalarına tahammülleri olmadığıdır. (Perchinig ve Troger, 2011:284). Dolayısıyla uluslar farklı topluluklardan meydana gelmiş yapılar olarak varlıklarını sürdürdükleri sürece dil ayrımcılığı da kesinlikle var olacaktır ve bazı insanların dezavantajlı durumda kalmalarına yol açacaktır (Milroy (1998).

Dilsel ayrımcılık ağırlıklı olarak kamusal alanda, yapısal olarak gerçekleşmektedir. Bunun en bariz göstergesi, eğitim öğretimde tek dillilik normunun işletilmesi ve dolayısıyla göçmen çocuklarının ana dillerinin eğitim-öğretimde dikkate alınmaması, hatta yok sayılmasıdır (Gogolin, 2008). Bu durumda göçmen kökenli çocuklar, Alman kökenli çocukların aksine kültürel ödün verme şartına bağlı olarak eğitim haklarından yararlanabilmektedir. Ancak

çalışmanın konusu yapısal ayrımcılık olmadığından bu noktada bu türden ayrımcılığın ayrıntılarına girilmeyecektir.

Yapısal ayrımcılık dışında dilsel ayrımcılık gündelik hayatın tüm alanlarında, okulda teneffüslerde, iş yerinde molalarda, spor ve benzeri kulüplerde, sokakta ve toplu taşıma araçlarında gerçekleşmektedir (Elspass ve Maitz 2011:7). Çok sık yaşanan bu durum, genelde sözlü hakaret şeklinde gerçekleşirken, zaman zaman da fiili saldırılarla da kendini göstermektedir. Kurumlar içinde ise resmi yasaklar uygulanmaktadır. Dil kullanımı sebebiyle yaşanan ayrımcılıkların çoğu, adliyede sonuçlanmamaktadır ancak ayrımcılığa maruz kalanların dünyasında önemli tahribatlara yol açmaktadır. Zira dilsel ayrımcılık çoğu zaman sistematik olarak yürütülmektedir ve büyük bir çeşitlilik göstermektedir (Elspass ve Maitz 2011:8). Dil kullanımına dayalı ayrımcılık, bir konuşma kusurundan, istenmeyen veya az bilinen aksanların kullanımından, damgalanmış telaffuz çeşitlerinden, okuma yazma bilmeyenler veya okuma ve yazım güçlüğü çeken kişilerin konuşma biçimlerinden kaynaklanabileceği gibi, örneğin Türkçe gibi bir yabancı dilin kullanılmasından da, kaynaklanmaktadır (Korb, 2014).

Diğer taraftan ayrımcılık bütün dillere yönelik gerçekleşmemektedir. Örneğin Almanya'yı ele aldığımızda, İngilizce ya da Fransızca konuşan biri muhtemelen daha az "Almanca konuş" uyarısı vb. alacaktır (Korb, 2014). Bunun nedeni iyi ve kötü diller arasında ayrım yapılmasıdır. Bu bağlamda göç araştırmacıları Perchinig ve Troger, halkın dil algısının çok hiyerarşik olduğunu belirtmektedir. Ekonomik gücü gösteren bir dünya dili olan İngilizce, prestiji yüksek dil olarak algılandıkça, göçmenlerin dilleri ise genelde alt sınıftan ya da marjinal gruplardan olan göçmenler kadar değerli olarak algılanmaktadır. Onların kültürlerinin bir parçası olarak dahi kabul edilmeyen bu diller, Türkçe, Arapça, Sırpça veya Rusça gibi dillerdir (Perchinig ve Troger, 2011:287).

Peki tüm uyum süreçleri ve baskılarına rağmen göçmen kökenli çocukların gündelik yaşamlarında anadillerini konuşmaları ne anlama gelmektedir? Araştırmada elde edilen bulgular, bu sorunun cevabının de Certeau'nun 'gündelik hayatın keşfi' kuramı ile verileceğini göstermektedir. Bu nedenle bulgular bölümüne geçmeden önce söz konusu kuramın çerçevesi çizilecek ve teneffüslerde Türkçe yasağı bu kuram ile ilişkilendirilecektir.

1.2. Gündelik Hayat Kavramı Bağlamında Türkçe

De Certeau'nun 'gündelik yaşamın keşfi' kuramı, geçerli dilin Almanca olduğu okullarda Türk çocuklarının teneffüslerde Türkçe konuşmalarının neyin ifadesi olduğuna dair önemli bir dayanak sağlamaktadır. Yazara göre zayıflar (madunlar) güçlülerin mekânlarını kendilerine özgü hale getirirler. Resmi alanı enformel hale getirir ve kişiselleştirirler. Mekânın içerisinde kendi mahram

alanlarını inşa ederler. Bu anlamda Türk çocukları, egemen kültürel yapının inşa ettiği kamusal alanda, Türkçe konuşarak kendilerine bir gündelik yaşam alanı oluşturup, sisteme direnmenin yolunu bulmaktadırlar. Nitekim teneffüsler, esasında çocukların derslere ara verip bir sonraki ders için hazır hale gelmeleri, dinlenmeleri, yeme içme, oynama ve diğer ihtiyaçlarını gidermeleri için tasarlanmıştır. Teneffüste çocuklar çoğu zaman derste ki öğrenci rollerini unutarak, doğal halleriyle bulunmaktadır. Bu doğallığın bir parçası da kendi aralarında anadilinde konuşmaktır.

Sosyolojinin önemli bir araştırma alanı olan ‘gündelik hayat,’ bireyin içinde bulunduğu sosyo- kültürel bir alandır. Bu alan, örneğin haftanın herhangi bir günü içinde yer tutan barınma, yeme-içme, giyinme, uyuma, gezintiye çıkma gibi günlük rutin içerisindeki bireylerin kendi yaşamlarını sürdürmek için yaptıkları tüm faaliyetleri kapsamaktadır (Lefebvre, 1971). Bu bağlamda Lefebvre, gündelik hayatı, ayırımında olmadan yaşadığımız bir hayata ve güç veren verimli bir toprağa benzetmektedir. Bu verimli toprak, düzeni değiştirecek güce sahip olmayan göçmen çocukları için kamusal alanda uyum baskısından sıyrılma, sistem ya da düzen içerisinde küçük ölçekli bir zafer kazanma olanağını vermektedir. Dolayısıyla gündelik hayat, tahakküm ilişkileri ağı içerisinde var olan sıradan insanın, düzenin baskıcı kurallarıyla, baş ettiği bir alandır. De Certeau, bu alanı, savaş yönetiminde kullanılan strateji ve taktik kavramları üzerinden okumaktadır. ‘Strateji’ seçkin olanın, diğer bir ifadeyle mevcut ‘alan’ içerisinde egemen olanın ortaya koyduğu kuralları ifade ederken, ‘taktik’ ise egemen olanın kurallarına karşı güçsüz olanın ürettiği eylem biçimlerini ifade etmektedir. Buna göre kamusal alanda Almanca kuralını işletmek, çoğunluk toplumun stratejisi iken, gündelik yaşamda Türkçe konuşmak, göçmen çocuklarının bir taktiğidir. Strateji ve taktik kavramları bağlamında göçmen çocukları, iktidarın tek dillilik stratejisine karşı taktik geliştirerek mikro-direnışte bulunmaktadır. Böylece toplumsal alanın tümüne yayılmış ve merkezileşmiş iktidar tekniklerine karşı bir “direnış” başlatmış bulunmaktadır (de Certeau, 2009: 47–48). De Certeau’ya göre bu, bir çeşit uzlaşmayı hedefleyen bir savaş hilesidir ve hile yapmak zayıfın (madunun) sanatıdır. Zira gündelik yaşam, kendi içinde birçok fırsatı ve uyanıklık biçimlerini barındırmaktadır. Gündelik yaşam, de Certeau’ya göre, düzenbazlık yapmak, dümen çevirmek, işini yoluna koymak için herkese binlerce çözüm sunmaktadır (de Certeau 2009: 44). Bu kurnazlıklar sayesinde zayıflar, egemen sınıfın istediği gibi ya da amaçladığı gibi değil, kendi istedikleri gibi yaparak, düzenin oyununu bozmaktadırlar. Böylece teneffüslerde Türkçe konuşan çocuklar, kendilerine uygulanan baskı ve şiddet karşısında edilgen bir konumda değil aktif, yaratıcı ve belirleyici bir konumdadırlar. Bu konum üzerinden devreye soktukları taktiklerle, baskıcı, otoriter yapının

kodlarını “içeriden dönüştürmekle” meşguldürler. De certau’ya göre egemen sınıf, bu kişilerin “pişmiş aşı su kattıklarını” ve oyunu bozduklarını fark edemez (de Certeau, 2009: 46). Ancak çalışmanın konusu da göstermektedir ki, egemen güç kimi zaman da tenffüslerde Türkçe konuşma taktığının farkına varmaktadır. Bu noktada Foucault’nun iktidar kavramıyla devam etmek yararlı olacaktır. Buna göre, iktidar, ince disipline edici mekanizmaları ile toplumun direnç mekanizmalarını kırarak toplumu özel hayatında da pasifleştirme ve uysallaştırma eğilimi içine girmektedir (Foucault, 2008). Bu bağlamda gündelik yaşamdaki Türkçe yasakları tam da bu mekanizmanın işlemesi sonucu olarak ortaya çıkmaktadır. Bu durum ancak egemen gücün stratejisi karşısında yeni taktiklerin geliştirilmesi ile ortadan kaldırılabilecektir.

2. Yöntem

Çalışmanın konusu olan teneffüslerde Türkçe yasağı, bir örnek olay üzerinden araştırılmıştır. Örnek olay analizi, müstakil bir olayın veya düşüncenin uygun olan bir yöntem eşliğinde -bu çalışmada doküman analizi yöntemi ile- araştırılmasını ifade etmekte ve bir fenomenin ya da bağlamın sınırlarının belirgin olmadığı durumlarda kullanılmaktadır. Bu bağlamda ele alınan olayı, bir sistem gibi bütüncül bir yaklaşımla inceleyip, özellikle araştırmanın sorununa odaklanarak araştırmak, örnek olay çalışmasının temel bir özelliğini oluşturmaktadır (Yin, 2009).

Çalışmanın veri kaynağını Almanya’da yayımlanan ve konuyu ele alan internet gazeteleri ve haber dergileri oluşturmaktadır. Dolayısıyla çalışmada bir nitel araştırma yöntemi olan doküman analizi kullanılmıştır. Bu bağlamda konuyu ele alan 6 ulusal ve yerel internet dergi ve gazetelerinden toplam 8 haber incelenmiştir. Gazetelere, genel tarama ve arşiv tarama yöntemi ile ulaşılmıştır. Tümü Almanca olan haber içerikleri, yazar tarafından Türkçeye çevrilmiştir.

İncelenen haber sayısının 8 ile sınırlı tutulmasının nedeni, konunun Alman gazetelerinin ilgisini fazla çekmemesi ve diğer bazı gazetelerde çıkan haberlerin incelenene gazete haberlerinin tekrarı olmasıdır. Bu bağlamda tekrarı olan gazete haberleri ihmal edilmiş, yeni ve daha ayrıntılı bilgi içeren haberlere odaklanmıştır. Çalışmanın araştırma soruları, veri analizinin temalarını oluşturmuştur. Bu bağlamda incelenen dergi ve gazeteler, genelde Türkçe yasağının yasal dayanağına, yasağın hangi gerekçelerle uygulanmaya konulduğuna, yasağa karşı hangi argümanların kullanıldığına ve yasağın başka diller için de geçerli olup olmadığına dair bilgiler hususunda analiz edilmiştir.

Tablo 1. Türkçe Yasağını Ele Alan Gazeteler/Dergiler ve Türleri

Gazete/Dergi Türleri	Gazete/Dergiler	Gazete/Dergi Sayısı	İncelenen haber sayısı
Ulusal Gazeteler	Frankfurter Allgemeine Zeitung Der Tagesspiegel Die Welt	3	4
Haftalık Ulusal Dergi ve Gazeteler	Der Spiegel Stern	2	3
Yerel Gazete, Radyo- Tv- ve Bağımsız İnternet Gazeteleri	Merkur	1	1

3. Bulgular

3.1. Örnek Olayın Objektif Verileri

Çalışmada örnek olarak seçilen olay, 2020 yılında Almanya'nın Baden-Württemberg eyaletine bağlı Schwarzwald-Baar bölgesinde bir ilkokulda yaşanmıştır. O zamanlar 9 yaşında olan ve 3. sınıfa giden Türk kökenli bir kız öğrenci, teneffüste okul bahçesinde bir kız arkadaşıyla Türkçe konuşmuştur. Bu duruma tanıklık eden bir başka öğrenci, Türkçe konuştuğunu gördüğü öğrenciyi teneffüs görevlisi nöbetçi öğretmene ihbar etmiştir. Bunun üzerine durumu değerlendiren sınıf öğretmeni, Türk kökenli öğrenciye bir ceza ödevi vermeyi uygun görmüş ve neden Türkçe konuşulmaması gerektiği yönünde yarım sayfalık bir yazı yazmasını istemiştir. Öğrencinin yazmak zorunda bırakıldığı metin şu şekildedir: "Çünkü çocuklar okulda Almanca konuşur. Almanya'da resmi dil Almancadır. Siz bizim Almanca konuşmamızı istiyorsunuz. Okullar Alman. Biz Türkçe konuşursak çocuklar bizi anlamaz. Anadilde konuşmamalıyız. Daha iyi Almanca konuşmamız için. Sadece bu kadar biliyorum."

Verilen cezadan daha sonra haberdar olan çocuğun annesi, Türkçe konuşmanın cezalandırılmasını kabul etmeyerek öğretmenle görüşüp duruma itiraz etmiştir. Çocuğunun, aynı zamanda kimliğinin bir parçası olan ana dilini neden kullanamayacağını anlamlandıramadığını belirten anne, okul yönetimine öğretmeni şikâyet ederek cezalandırılmasını istemiştir. Okul idaresi ise öğretmeni haklı bularak bunun velilerle alınan ortak bir karar olduğunu ileri sürmüştür. Ne var ki böyle olduğunu herhangi bir belgeyle ispat edememiştir. Annenin şikâyetini değerlendiren Eyalet Okul Denetleme Kurumu da ceza amaçlı verilen ödevi okul kuralı bağlamında pedagojik eğitimin bir parçası olarak değerlendirerek annenin itirazını geri çevirmiştir. Bunun üzerine aile, Avukat

Yalçın Tekinoğlu aracılığıyla okul idaresine ve Baden-Württemberg eyaletine karşı dava açmak zorunda kalmıştır. Yaklaşık iki yıl süren dava sonuçlandığında, okul yönetimi Türkçe konuştuğu için çocuğa verilen cezanın hukuka aykırı olduğunu kabul etmek zorunda kalmıştır. Zira Eyalet İdare Mahkemesi, “öğrencinin genel kişisel haklarının, eğitim tedbirlerini uygulama yetkisinden daha üstün ve önemli” olduğu yönünde görüş belirtmiştir. Diğer bir ifadeyle, İdare Mahkemesi, okul idaresinin ve Eyalet Okul Denetleme Kurumu’nun, cezanın ‘pedagojik eğitimin bir parçası’ olarak sınıflandırmasının geçerli olmadığı mütalaasında bulunmuştur. Bunun üzerine Eğitim Müdürlüğü uzlaşma yoluna gitmeyi tercih ederek aileyle irtibata geçmiştir. Hukuki anlaşmazlık bu sayede çözüme kavuşmuş olsa da, yasağın Türkçe gibi göçmen dilleriyle sınırlı olup olmadığına ilişkin disiplin soruşturması ise devam etmektedir (Der Spiegel, 08.04.2020; Der Spiegel, 26.10.2022; Die Welt, 23.07.2020; Merkur, 07.08.2020; Badische Neueste Nachrichten, 25.06.2020; Focus, 06.08.2020; Stern, 22.07 2020).

3.2. İncelenen Dergi ve Gazetelerden Bulgular

Haberlerin analizinde ilk göze çarpan durum, gazetelerin gerçekleşen Türkçe yasağı olayını oldukça tarafsız ve nesnel olarak ele aldıklarıdır. Bu nesnelliğin, haberlerde uzman görüşleri (dilbilimciler) ve tarafların görüşlerine yer verilerek sağlandığı saptanmıştır. İncelenen haberler, yasağın yerinde olup olmadığı kararını okura bırakmaktır.

3.2.1. Türkçe Yasağının Yasal Dayanağına İlişkin Bulgular

Gazeteler genel olarak Türkçe yasağının yasal dayanağının bulunmadığı ve dolayısıyla teneffüste Türkçe konuşan öğrenciye verilen cezanın da hukuksuz olduğu konusunda hemfikirdirler. Haberlerin tümü bu sonucu uzman görüşlerine yer vererek aktarmaktadırlar.

Spiegel dergisi en yetkili ağızdan, dönemin Eyalet Eğitim Bakanından, yasağın dayanaksız olduğunu aktarmaktadır:

"Tabii ki, devletin Almanca konuşma zorunluluğunu bağlayıcı hale getirmesi için yasal bir dayanak bulunmamaktadır." (Spiegel, 08.08.2020)

Die Welt ise dönemin, Hükümet Başkanlığı Sözcüsü Heike Spannagel’in görüşlerine başvurmuştur:

Spannagel, okulda ve hatta teneffüste Almanca olmayan bir dilde sohbet etme konusunda genel bir yasak olmadığını vurguladı. (Die Welt, 23.07.2020).

Merkur ise Alman mercilerinin yanında yasağın hukuksuz olduğunu Türk avukatın görüşü ile de pekiştirmektedir:

Bölge konseyi, okulda veya teneffüslerde Almanca olmayan bir dilde sohbet etme konusunda genel bir yasak olmadığını doğruladı. Kızın anne ve babasının avukatı Yalçın Tekinoğlu, "ceza hukuka aykırıdır" dedi (Merkur, 07.08.2020).

Tagesspiegel gazetesi ise yasağın sadece hukuksuz olmakla kalmayıp, Alman değerleri ile de örtüşmediğine dikkat çekerek, yasağın sonuçlarına başka bir boyut katmaktadır:

Oyun alanına yönelik dil düzenlemeleri, anayasa tarafından güvence altına alınan özgürlüklerle pek uyuşmamaktadır. [Böyle yasaklar] kural olarak değil, yalnızca bir istisna olarak işe yararlar (Tagesspiegel, 08.08.2020).

Spiegel ise söz konusu yasakla benzer bir yasağın daha önce bir iş yerinde de yaşanmış olduğuna ve molada Türkçe yasağının hukuksuz olduğu yönünde sonuçlanmış başka bir davanın bulunduğu dikkat çekerek, her iki davayı birbiriyle ilişkilendirmektedir:

Federal Ayrımcılıkla Mücadele Dairesi benzer bir vakayı zaten ele almıştı, ancak okullarda değil, çalışma hayatında. Buna göre, işverenlerin dinlenme odasında çalışanlarına hangi dili konuşacaklarını dikte etmesine izin verilmemektedir (Spiegel, 08.04.2020).

Badische Neueste Nachrichten gazetesi, okullarda bir yasağın sorgulanmasının ve hukuka başvurulmasının Almanya'da bir ilk olduğuna dikkat çekmektedir:

Bir ilkokulda üçüncü sınıf öğrencisine verilen cezanın hesabının sorulması, muhtemelen ülke çapında ender görülen bir durumdur. (Badische Neueste Nachrichten, 25.06.2020)

3.2.2. Türkçe Yasağının Gereçeklerine İlişkin Bulgular

Teneffüste Türkçe yasağı hukuka aykırı olduğu halde başka hangi gerekçelerde böyle bir yasağın uygulandığına ilişkin haber içerikleri, okul kuralları, değerler ve pedagojik gerekçeler altında toplanabilmektedir.

Badische Neueste Nachrichten gazetesi, bir okul yetkilisinin ağzından okulda Almanca konuşma kuralının konulduğuna dikkat çekmektedir:

"Hepimiz Almanca konuşuyoruz" kuralı, her yıl öğrenciler tarafından hazırlanan ve veli akşamlarında sunulan sınıf kurallarından biridir. (Badische Neueste Nachrichten, 25.06.2020)

Der Spiegel dergisi ise bu kuralın velilerle ortaklaşa alındığı bilgisini aktarmaktadır:

"Koşamayız", "küfür kullanamayız ve birbirimize saygı duyarız" gibi kurallar her okul yılında tüm öğrenciler tarafından birlikte belirlenir ve ayrıca velilerin onayına sunulur ve açıklanır. Bunu ihlal eden herkes "Okulda neden Almanca konuşuyoruz" konulu bir makale yazmalıdır (Der Spiegel, 08.04.2020)

Ancak aynı gazete, ailelerin böyle bir karardan haberdar olmadığını belirtmektedir:

Mevcut durumda, dokuz yaşındaki çocuğun ebeveynleri kuraldan haberdar olmayabilir. Anne ve öğretmen arasındaki sohbetten alıntılar, daha sonra çağrılan avukat Yalçın Tekinoğlu ile yetkililer arasındaki yazışmalar ve bir dizi kuralın fotoğrafı bunu düşündürmektedir. (Der Spiegel, 08.04.2020).

Tagesspiegel gazetesi Almanca konuşma kuralının başka okullarda da geçerli olduğuna vurgu yapmaktadır:

Bu tür örneklerle sadece Baden-Württemberg'de rastlanılmamaktadır. Berlin Gesundbrunnen'deki Herbert Hoover Ortaokulu'nda da [benzer bir kural] uygulanmaktadır. [Okul], öğrenciler arasında yaşanan çatışmalardan sonra, "tek dil konuşuyoruz" ilkesini kabul etmiştir. Bu da, ebeveynlerle yapılan "eğitim anlaşmalarında" düzenli olarak kararlaştırılmaktadır (Tagesspiegel 08.08.2020).

Diğer taraftan gazeteler, yetkili ağızlardan Almanca kuralının iletişim ve pedagojik gerekçelerle konulduğunu da aktarmaktadır:

[Okulun] Freiburg bölge konseyine gönderdiği bir mesajda şöyle denmektedir: "Çocuklar 16 milletten geliyor. Bu durumda çocukların ve öğretmenlerin tek dil konuşmaları karşılıklı anlaşmaları ve okulun eğitim misyonunun gerçekleşmesi açısından önemlidir" (Focus, 06.08.2020).

[Yetkililer] 16 ülkeden göçmen kökenli çocuklar öğrenci nüfusunun yüzde 40'ından fazlasının oluşturdukları göz önüne alındığında, [Almanca kuralının] bu durumla başa çıkmayı kolaylaştıracağını belirtmektedirler (Der Spiegel, 08.08.2020).

Bununla birlikte, pedagojik nedenlerle öğrencilerin birbirleriyle Almanca iletişim kurmaları için teşvik edilmesinin tavsiye edildiği durumlar da vardır. Bu, örneğin, çatışmalarda herkesin anlayabileceği bir dilde kendini ifade etmeyi içerebilir. (Frankfurter Allgemeine Zeitung, 22.07.2020)

3.2.3. Türkçe Yasağına Karşı Geliştirilen Argümanlara İlişkin Bulgular

Teneffüste Türkçe yasağına karşı geliştirilen argümanlar, yasağın yasal dayanağının bulunmadığını ve kuralın okul tarafından da dayatılamayacağını aktaran uzman görüşlerini içermektedir. Bu görüşler hukuki, pedagojik, temel haklar ve değerler başlığı altında toplanabilmektedir:

Der Spiegel dergisi, yaptığı haberde yasağın hukuksuz olduğunu ve teneffüslerde Türkçe konuşmanın yasaklanamayacağını şu şekilde aktarmaktadır:

Freiburg bölge konseyi tarafından temsil edilen Baden-Württemberg eyaleti, o sırada okul tarafından verilen cezanın "ders aralarında okul bahçesinde Türkçe kullanılması nedeniyle yasa dışı olduğunu" kabul ediyor. (Spiegel, 26.10.2022)

Aynı gazete bir başka haberle, yasağın pedagojik ve temel haklar bağlamında da uygulanamayacağını aktarmaktadır:

Bu tür tanımlara yönelik eleştiriler de son zamanlarda daha yüksek sesle dile getirilmektedir. Eğitim uzmanları bu konuda herhangi bir ilerleme görmemekte ve bunun yerine çocukların kendilerini yalnız hissetmelerinin tehlikelerini vurgulamaktadır. (Der Spiegel, 08.08.2020)

Size ait olduğunu düşündüğünüz bir dili konuşmak temel ve insani bir haktır. (Der Spiegel, 08/08/2020).

Eleştirmenlere göre, dil yasakları anadili Almanca olmayanlara karşı ayrımcılık yapılması anlamına gelmektedir (Spiegel, 08/04/2020).

Aynı gazete bireysel hakların daha öncelikli olduğunu mahkeme kararına atıfla aktarmaktadır:

Hükümet başkanlığından yapılan açıklamada, mahkeme açısından "öğrencinin genel kişisel hakları, pedagojik eğitim önlemlerini kullanma yetkisinden daha önemlidir" denmektedir (Spiegel, 26.10.2022)

Bu bağlamda Stern dergisi, yasakla ilgili Türk tarafının görüşlerini de aktarmaktadır:

Baden e.V.'deki Türk Aile Konseyleri Federasyonu da söz aldı: "Kız öğrenciler, sınıf dışında oyun parkında birbirleriyle anadillerinde, Türkçe konuştukları için cezalandırılmış olamaz." Başkan Kemal Ülker'e göre verilen ceza sadece bir kızı ilgilendirmiyor: "Öğretmenin bu anayasaya aykırı davranışı, yasak olmayan bir şeyin cezası" tüm çocukları korkutmakta ve tedirgin etmektedir (Stern, 22 Temmuz 2020).

3.2.5. Teneffüslerde Anadili Yasağının Göçmen Dilleriyle Sınırlı Olup Olmadığına İlişkin Bulgular

Haberler yasağın sadece Türkçeye ilişkin olup olmadığına dair bilgileri aktarırken, bunun tespit edilemediği konusunda birleşmektedirler:

Kızın anne ve babasının avukatı Yalçın Tekinoğlu, "ceza hukuka aykırıdır" demektedir. Avukat, devamla "diğer dilleri yasaklamadan, özellikle Türkçe'yi yasaklarsanız, o zaman davanın ayrımcı bir yönü de olur" ifadesini kullanmaktadır(Merkür 07.08.2020).

Der Spiegel dergisi ise yasağın, konuşulan dilin Türkçe olduğu için uygulandığının tespit edilemediğine vurgu yapmaktadır:

Hukuki anlaşmazlığın çözülmesinden sonra, okul kurallarında farklı dillerin Almanca konuşma konusunda eşitsiz muamele görüp görmediği hala belirsiz. [Benzer bir vakada] iki yıl önce, kuralın yalnızca Arapça gibi sözde göçmen dillerini hedef aldığı yönündeki endişeler dile getirilmişti. (Spiegel, 26 Ekim 2022).

Aynı gazete bir başka haberde, yasağın gerçekten belli dillerle sınırlı olabileceğini ima etmektedir:

Kuralın sadece Türkçe veya Arapça gibi sözde göçmen dillerini hedef alacağından, sözde prestijli dilleri hedef almamasından endişe ediliyor. Almanca gerekliliği popülist bir şekilde, örneğin öğrencilerin entegre olmayı reddediormuş gibi gösterilmesiyle istismar edilebilir. (Spiegel, 08/04/2020).

Der Spiegel dergisi tam bu noktada şu soruyu hatırlatmaktadır:

Örneğin, öğrenciler tarafından sınıf dışında okul binasında ders aralarında İngilizce veya Latince kullanmak eşdeğer bir cezaya tabi olur mu? Tekinoğlu'na göre bu, "hala devam eden disiplin soruşturması konusudur ve şiddetle takip edilmeye devam edilmektedir." (Spiegel, 26 Ekim 2022).

Focus dergisi de ailenin avukatına atıfla yasağın Türkçe konuşulması ile ilgili olabileceğine dikkat çekmektedir.

Ailenin avukatı ceza davasında ayrımcılıkla mücadele yasasının ihlal edildiğini bile görebilir. Ailenin avukatı Yalçın Tekinoğlu'nun, raporuna göre, "Suç işlemek hukuka aykırıdır. Ve diğer dilleri değil de özellikle Türkçe'yi yasaklarsanız, o zaman davanın ayrımcı bir yönü de olur." (Focus, 06.08.2020)

Sonuç

Yapısal ayrımcılık dışında uygulanan dilsel ayrımcılık türü gündelik hayatın tüm alanlarında, okulda teneffüslerde, iş yerinde molalarda, spor ve benzeri kulüplerde, sokakta ve toplu taşıma araçlarında gerçekleşmektedir. Çok sık yaşanan bu durum, genelde sözlü hakaret şeklinde gerçekleşirken, zaman zaman da fiili saldırılarla kendini göstermektedir. Kurumlarda ise genelde gayri resmi yasaklar olarak uygulanmaktadır.

Çalışmada Türk çocuklarına uygulanan ve başta Almanya olmak üzere Batı Avrupa ülkelerinde çok sık karşılaşılan teneffüslerde Türkçe yasağı, bir örnek olay üzerinden ele alınmıştır. Elde edilen sonuçlar, yasağın yasal dayanağının bulunmadığını ancak yerel okul yönetimlerinin gayri resmi bir yasaklama yoluna gittiklerini göstermiştir. İncelenen olayda olduğu gibi, okullar bu yasağı genelde, okul kuralı altında pedagojik ve iletişimsel gerekçelerle savunmaktadır. Ancak bu gerekçeler, incelenen olayın mahkeme kararının da gösterdiği gibi, hiç biri bireylerin anadillerinde konuşma gibi temel haklarının üzerinde değildir.

Diğer taraftan yasakların daha ziyade göçmen kökenli çocukların dillerine yönelik olduğu şüphesi oldukça kuvvetlidir. Her ne kadar bu çalışmada yasağın özellikle Türkçe konuşulduğu için uygulandığı kesinlik kazanmış olmasa da İngilizce gibi prestiji yüksek dillerin tolere edildiği literatürde yaygın olarak ortaya konmuş bir gerçektir. Diğer taraftan Almanca dayatması da bir ayrımcılık türü olarak değerlendirilmelidir. Haliyle göçmen kökenli çocukların çok dilli bir

yapıya dönüştürdükleri okullar, tamamen tek dilleştirilmek istenmektedir. Bu bağlamda çalışmada incelenen örnek olay, göçmen kökenli çocukların anadillerinde konuşmaya devam ederek, tüm baskılara rağmen Türkçe konuşmada kararlı olduklarını göstermektedir. Bu da, de Certeau'nun gündelik yaşamın keşfi kuramındaki zayıfların, güçlülerin mekânlarını kendilerine özgü hale getirdiklerine işaret etmektedir. Göçmen çocukları resmi alanı gayri resmileştirip kişiselleştirmektedirler. Mekânın içerisinde, teneffüslerde ya da derse verilen kısa aralarda, kendi alanlarını inşa etmektedirler. Bu anlamda bu çalışmada incelenen örnek olayda olduğu gibi, göçmen çocukları, egemen kültürel yapının inşa ettiği kamusal alanda, anadillerinde konuşarak, kendilerine bir gündelik yaşam alanı oluşturup, sisteme direnmenin yolunu bulmaktadırlar.

Dolayısıyla gündelik hayat, tahakküm ilişkileri ağı içerisinde var olan sıradan insanın, düzenin baskıcı kurallarıyla, baş ettiği bir alandır. Bu alanda seçkin olanın, diğer bir ifadeyle mevcut 'alan' içerisinde egemen olanın tek dilleştirme stratejisine karşı, güçsüz olanlar anadillerinde konuşma taktiğine başvurmaktadırlar. Özetle söyleyecek olursak, strateji ve taktik kavramları bağlamında göçmen çocukları, iktidarın tek dillilik stratejisine karşı taktik geliştirerek mikro-direnışte bulunmaktadır. İncelenen vakada bu direniş, hukuk tarafından da haklı bir eylem biçimi olarak değerlendirilmişken, bu zafer, tek dillilik normunu işleten eğitim öğretim ve müfredata karşı da bir direnişin başlatılması için bir çağrı olarak değerlendirilmelidir.

Kaynakça

1. Badische Neueste Nachrichten (25 Haziran 2020) “Die Lehrerin ist mit dem Türkisch-Verbot übers Ziel hinausgeschossen.” (Erişim, 26 Nisan 2023). <https://www.badische-zeitung.de/die-lehrerin-ist-mit-dem-tuerkisch-verbot-uebers-ziel-hinausgeschossen--221514041.html>
2. de Certeau, M.(2009). *Gündelik hayatın keşfi* . çev: Lale Arslan Özcan, Dost Kitabevi Yayınları: Ankara.
3. Die Welt (23 Temmuz 2020). “Türkisch in der Pause gesprochen – Kritik an Strafarbeit für Drittklässlerin.” (Erişim, 20 Nisan 2023) <https://www.welt.de/politik/article212078783/Baden-Wuerttemberg-Tuerkisch-in-der-Pause-gesprochen-Kritik-an-Strafarbeit-fuer-Drittklaesslerin.html>
4. Elspass, S., Maitz, P. (2011). Sprache und diskriminierung. einföhrung in das themenheft. *Der Deutschuntterricht* (63) 2-6
5. Focus (06 Ağustos 2020) “Schülerin spricht auf Schulhof Türkisch - und muss Strafarbeit schreiben.” (Erişim, 20 Nisan 2023). https://www.focus.de/familie/eltern/aufregung-in-baden-wuerttemberg-schuelerin-spricht-auf-schulhof-tuerkisch-und-muss-strafarbeit-schreiben_id_12284898.html
6. Foucault, M. (2008). “of Other Spaces.” (p.p.13-29). Editör: M. Dehaene, L. De Cauter. *Heterotopia and the City: Public Space in a Postcivil Society*. London:Routledge.
7. Franken, S. (2006): Potenzial der migranten für die deutsche wirtschaft und gesellschaft. Statistische bestandsaufnahme. Editör: Franken, S. Kowalski *Nutzung des potenzials junger akademiker mit migrationshintergrund für die Bundesrepublik Deutschland*. (p.p. 1-12). Arbeitsbericht des Forschungsprojektes Fachhochschule: Köln.
8. Frankfurter Allgemeine Zeitung (22 Temmuz 2020). “Türkisch in der Pause: Kritik wegen Strafarbeit für Schülerin.” (Erişim, 19 Nisan, 2023). <https://www.faz.net/aktuell/gesellschaft/menschen/tuerkisch-in-der-pause-kritik-wegen-strafarbeit-fuer-schuelerin-16871529.html>
9. Gogolin, I. (2008). *Der Monolinguale habitus der Multilingualen Schule*. Münster: Waxmann Verlag GmbH.
10. Korb, C. (2014). Spracheinstellung und migration. Subjektspositionen und sprachideologien multilingualer individuen. Karl-Franzes Universitaet- Graz.
11. Lefebvre, H. (1971). *Everyday Life in the Modern World*. NY: Harper&Row Publishers

12. Marschalck, P. (2004). Zur Geschichte der Migrationsforschung in Deutschland. Abwanderung und Migration in Mecklenburg und Vorpommern, 2004
13. Merkur (07 Ağustos 2020). “Schülerin (9) spricht Türkisch und bekommt Strafarbeit von Lehrerin: Jetzt wehren sich die Eltern.” (Erişim 21 Nisan 2023) <https://www.merkur.de/politik/baden-wuerttemberg-tuerkei-schule-strafarbeit-tuerkisch-sprache-anwalt-streit-schulaufsichtsbehoerde-zr-90019064.html>
14. Milroy, J. (1998). Children can’t speak or write properly any more. (p.p. 58–65). Editör: L. Bauer, P. Trudgill *Language Myths*. London.
15. Perchinig, B., Troger, T. (2011). Migrationshintergrund als differenzkategorie. Vom notwendigen Konflikt zwischen Theorie und Empirie in der Migrationsforschung. (p.p 283–319). Editör: R. Polak. *Zukunft. Werte. Europa. Die Europäische Wertestudie 1990-2010. Österreich im Vergleich*, Wien: Böhlau.
16. Spiegel (04 Ağustos 2020). “Eltern wehren sich gegen Strafarbeit für Drittklaesslerin.” (Erişim: 27 Nisan 2023) <https://www.spiegel.de/panorama/bildung/deutschpflicht-an-grundschule-eltern-wehren-sich-gegen-strafarbeit-fuer-drittklaesslerin-a-c235f4e0-e8f4-47a3-b890-b13b3275e23e>
17. Spiegel, (26 Ekim 2022). “Strafarbeit für Drittklaesslerin wegen Türkisch auf Schulhof war rechtswidrig.” (Erişim: 20 Nisan 2023). <https://www.spiegel.de/panorama/bildung/gerichtsprozess-strafarbeit-fuer-drittklaesslerin-wegen-tuerkisch-auf-schulhof-war-rechtswidrig-vergleich-a-19c3b0c0-5e60-46ef-ad9f-1fa0205774ec>
18. Stern (22 Temmuz 2020). “Drittklässlerin soll Strafarbeit schreiben, weil sie in der Pause Türkisch gesprochen hat.” (Erişim: 20 Nisan 2023). <https://www.stern.de/familie/kinder/drittklaesslerin-soll-strafarbeit-schreiben--weil-sie-in-der-pause-tuerkisch-gesprochen-hat-9347316.html>
19. Tagesspiegel (8 Ağustos 2020). “Tadel fürs Türkischsprechen: Eine Strafarbeit wird zum Politikum.” (Erişim 25. Şubat 2023). <https://www.tagesspiegel.de/politik/eine-strafarbeit-wird-zum-politikum-4186819.html>
20. Wiese, H.(2010). Kiezdeutsch – ein neuer dialekt. *Aus Politik und Zeitgeschichte* (8). 33-39.
21. Yin, R. K. (2009): *Case study research. Design and Methods*. Sage Publications: Thousand Oaks.

62. Bölüm

Kapitalizm ve İslâm'ın Finansal Davranışları Etkileyen Özellikleri ve Bu Özelliklerin Sonuçları

İsmail ÇELİK¹

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Keçiborlu MYO, ismailcelik@isparta.edu.tr, ORCID
0000-0002-1639-5276

ÖZET

İnsan yaşadığı topluma göre şekil alabilen ve ona göre de tepkileri olabilen bir varlıktır. Topluları şekillendiren olguların temelinde bir fikri akım ve ideoloji söz konusudur. Bunları ise her türlü isimlendirilmesi ile dinler ve her yönüyle konjonktürel fikri akımlar olarak iki ana gruba ayırabilmem mümkündür. Bu iki kaynaktan süzülen fikirler ve bunların şekillendirdiği insan topluluklarının davranışları da farklı olacağı aşikârdır. Zira insan, fikri alt yapısını oluşturduğu yaşam tarzına göre davranış sergileyeceği normal bir sonuçtur. Bu davranış tarzları ise elbette ki şekillenmiş ve şekillenmesini kesintisiz devam ettiren toplum hayatında temel bir dinamik olarak görülmesi kaçınılmazdır. İnsanlığın tarihsel sürecine bakıldığında en temelde bir dinle gerek bireysel hayatın gerekse de toplum hayatın şekillendirilmesi sağlanmaya çalışılmış, bilâhare fikri akımların toplumda baskın olmaya başladığında yine süreç yeni bir din ile tadil edilmeye çalışılmıştır.

Günümüz dünyasında toplumu ciddi anlamda etkisi altına alan kapitalizmin insan davranışları üzerindeki etkileri yadsınamayacak kadar fazla ve derindir. Özellikle finansal karar ve davranışlarda bu fikri akımın etki alanı oldukça baskın ve yaygındır. Bu anlamda küreselleşme kavramı tamam anlamıyla kapitalizmle omuz omuza vermiş durumundadırlar. Fakat bu birliktelik insanlığın faydasına mı yoksa zararına mı olduğu ciddi olarak tartışılan bir konu olarak başlangıcından günümüze kadar tazeliğini korumaktadır. Bu tartışmalar yapılırken de bir dini refrans alıp ona göre değerlendirme yapmak zorunda kalınacağı için kapitalizmin sunduğu hayat modeli ve insan modeli ile İslâm'ın sunduğu insan modeli otomatik olarak devreye girmektedir. Bu çalışmada bu iki tarafın şekillendirdiği ya da şekillendirmeye çalıştığı insan modelini etkileyen ana unsurlar ifade edilecek bunların finansal davranışlar üzerinde olası etkilerine değinilecektir.

Anahtar Kelimeler – İslâm, Kapitalizm, Davranışsal Finans, İnsan Modeli, Tüketici Davranışları.

GİRİŞ

İnsan öğrendikleri ile olgunlaşan ve ölünceye kadar da bu etkileşimin etkisinde kalan bir varlıktır. Öğrendiklerinin içeriğini ise ya beşeri fikirlerin oluşturduğu fikri akımlar, ideolojiler veya semavi ve beşeri dinler meydana getirmektedir. Çünkü insanı etkileyen başta insandır, insanı etkileyen de bu iki ana akımdır. İslâm'ın ana kaynağı olan Kur'an'da insanın bu özelliği; insanın çok cahil olması (Ahzâb33/73)¹ şeklinde ifade edilmiştir. İnsanın bu özelliği ise daima kendisinin etkileşime açık olmasını ve davranışlarını etkileyecek fikrî akımlara kayıtsız kalamayacağını göstermektedir.

Her türlü toplumsal yaşam davranışları, gerekse de bilimsel ve teknolojik gelişmelerin sürekli olarak değişerek günümüze kadar gelmesi ve bu sürecin de devam edecek olması göstermektedir ki insan gerçekten harici etkilere karşı çok açık bir varlıktır. İşte insanın bu özelliği toplumsal yaşama ve etkileşime sürekli dinamizm katmasıyla birlikte kontrollü olmadığında da en önemli bir sorun kaynağı olabilecek bir yapıdadır.²

İnsanın en temel değeri olan ruhunun varlığını devam ettirmesinde görev alan üç ana unsur, insanın biyolojik yapısına yerleştirilmiştir. Bunlar; insanın hayatını sürdürmesi için gerekli olacak olan şeylere karşı duyduğu istekleri, yine hayatına zararlı olabilecek gelişmelere karşı göstermiş olduğu savunma tepkileri ile bu iki özelliğinin ne şekillerde olursa kendine daha uygun olacağını kararlaştıracak olan ussal durumudur. Bunlara din olarak ya da toplumsal kurallar olarak belli bir tutum ve davranış tarzları atanmış olsa da insanın bu özelliklerinin ortaya çıkmalarında bu unsurlara yaratılıştan bir sınırlama konmamıştır.

Diğer taraftan insanın hayatının devam etmesi için kendisinde bulunan arzu, istek dünyasına göre insan; iffetli, miskin ve hiçbir sınır tanımadan kendi isteklerini tatmin edecek her şeye sahip olma iştihası olan gaspçılar kişiler olarak üç ana gruba ayrılabilir. Buradaki iffetlilik hali bir erdemdir, bir hüsn-ü ahlâktır ve toplumda görülmesi istenen bir insan modelidir.

Hayatını koruması ve güvenliği için de insanın öfke ve gadap özelliği yine üç çeşit insan modelini ortaya çıkarmaktadır. Her şeyden korkan korkak insanlar, hiçbir maddi ve manevi otoriteden korkmayan anarşist ruhlu insanlar ile hayatına olan saldırılar için ölümden bile korkmayan ve prensiplerinin serbest kılmadığı davranışları da sergilemeyen bir insan modeli olarak ifade edilebilecek cesur insanlardır.

¹ Kuran mealleri verilirken <https://www.kuranmeali.com/> sitesindeki Diyanet İşleri Meali (Yeni) verileri esas alınmıştır.

² İnsanların kendi işledikleri (kötülükler) sebebiyle karada ve denizde bozulma ortaya çıkmıştır. Dönmeleri için Allah, yaptıklarının bazı (kötü) sonuçlarını (dünyada) onlara tattıracaktır (Rum, 30/41).

Bu iki özelliğini kullanırken de devrede olması gereken aklının devreye girmesine göre de insanlar yine üç guruba ayrılmaktadır. Hiçbir şeye aklını çalıştırmak istemeyen ahmak insanlar, her şeye kendi menfaati için değer biçen kurnaz insanlar ve doğruyu yanlış bilip ona göre davranışlarını şekillendiren bilge insanlardır (Nursî, İşarat-ül İ'caz: 46-47)³.

Günümüzde ise kapitalizmi bu tiplerden özellikle kurnaz, saldırgan ve zalimlerin saltanatı olarak ifade edilebilir. Diğer insan tipleri ise bunların yaşam standartlarını sağlamlaştıran köleler olarak görülmektedir. Özellikle korkak, miskin ve ahmak insanlar, bunların üzerlerine proje ürettikleri insan modelleridir. İslam ise; İffetli, cesur ve bilge kişiliklerin toplumda yoğun olarak rol almaları için teşvikler yapmakta, kurnaz, saldırgan ve zalimlerin karşısında dik durarak diğer insanların da hak ve hukuklarının korumakla yükümlü tutmaktadır.

Bu üç özelliğe göre insanlar toplumda farklı kişiliklere sahip olması sonucunda da farklı durumlara göre farklı tutum ve davranışlar sergilemektedirler. Aristo felsefesinde altın orta, orta yol olarak (Ateş ve Oral, 2003:60) geçen insan davranışlarının nasıl olması gerektiği konusu ise İslamiyet'te sırat-ı müstakim, dosdoğru yol olarak ifade edilmiş (Fatiha 1/6) bu yolda gidenler ise “vasat, aşırılıklardan uzak, mutedil ve tam ortada olan ümmet”⁴ olarak ifade edilmiştir.

İslâmiyet'teki bu mutediliyet; iffet, şecaat ve hikmetli tutumun birlikte oluşunun neticesinde ortaya çıkan davranışlardaki ölçülülük olarak belirlenmiştir (Nursî, İşarat'ül İ'caz: 45). Ahlâkî erdemler konusunda ciddi normlar belirlenmesi konusunda çalışmaları olan Sokrat, Eflatun ve Aristo'nun da bu anlamda belirtilebilecek ölçülü davranış ilkeleri vardır. Örneğin, Sokrat; Alınacak kararlarda adaletli olmak, cesaret, doğruluk, yardım severlik, idarenin koyduğu hukukî normlara itaat etmek gibi ilkeler onun inandığı evrensel değerlerdir (Ayдын, 1998: 1) .

Eflatun ise ahlâkî normları insanların ihtisas sahalarına göre belirlemeyi daha uygun görmüştür. Birinci kısımda idareciler ve siyasetle ilgilenen kişileri değerlendirmeye tabi tutmuş ve bilgili olmayı, bu kesimin en elzem ahlâkî erdemi olarak tespit etmiştir. İkinci kesim olarak güvenlik hizmeti veren asker, polis gibi güvenlik güçlerini kabul etmiş ve bunlarda elzem ahlâkî tutumun cesaret, şecaat olması gerekliliğini ifade etmiştir. Üçüncü kısım olarak da işçileri çiftçiler ve tacirler olarak belirlemiş ve bunlar için gerekli ahlâkî erdemin ölçülü olmak olarak ifade etmiştir. Bu kesimlerin ortak tutumu ise

³ Nursî'ye ait atıflar <http://www.erisale.com/> adresindeki kaynaklara göre dir.

⁴ Böylece, sizler insanlara birer şahit (ve örnek) olasınız ve Peygamber de size bir şahit (ve örnek) olsun diye sizi orta bir ümmet yaptık (Bakara 2/143).

adaletli olmak olarak değerlendirmiştir. Meslek mensuplarının ise ilgili konuda uzmanı olmasını ve toplumsal sorumluluk bilincine göre mesleklerini icra etmeleri gerekliliğinden söz etmiştir. (Yaran, 2008: 22-24).

Son olarak Aristo'ya göre ise; makul olma, cesur olma, adaleti elden bırakmama ve karar alınırken itidal üzere olma normlarını altın orta tutum ve davranışının ana ahlâkî normları olarak ifade etmiştir (Türkeri, 2010: 135-155).

Diğer taraftan da dünyanın üç yüzü olduğu, bunlarında Allah'ın isimlerinin kendini gösterdiği bir alan, ahiret için gerekli yatırımların yapıldığı bir ticaret yeri ve üçüncü olarak da oyun ve oyalanmak için kurulmuş bir panayırdır (Nursî, Mektubat: 410). İnsanın eğlenmesi ve heva ve hevesine göre yaşaması için bütün seçeneklerin dünyanın gelmiş olduğu gelişmişlik seviyesine bağlı olarak elinin altında bulunması insanın dünyasının üçüncü yüze göre şekillenmesini hızlandırmıştır. Özellikle insanın ahiret için yaratılmasından dolayı, ahiret için kullanması gereken doğuştan gelen özelliklerini bu dünyada tatmin etme gayreti (Nursî, Mesnevi-i Nuriye:259) ve insanın nefsinin hazır lezzet varken ilerideki lezzetleri tercih etmeyip bu lezzetlerin peşinden koşturması (Nursî, Şualar:826) kapitalizmin hedef kitlesinin dünyanın geneli olarak şekillenmesine sebep olmuştur. Özellikle Avrupa'nın bu noktada çok önemli rol alması adeta dünyanın nefsi emmaresi gibi mahiyet kazanmasına bakıldığında medeniyetin en önemli lokomotifini görünmesine rağmen insanlığın toplumsal sorunlarla karşı karşıya kalmasını ziyadeleştirmektedir. Bu haliyle de kapitalizm ciddi olarak bu kıtada ve küreselleşme ağı ile de bütün dünyaya kendi sistemini kabul ettirmekte zorlanmamaktadır.

Fakat bu gelişmeler insanlığın yaratılış gayesinin tahakkuku için değil bilakis gayesinin tersine evrilmesini hızlandıran bir süreçtir. Bu nokta-i nazardan da yaratıcı tarafından bu insanlık sorununa çözümde bulunulması kaçınılmazdır. Çünkü Allah'ın en önemli kanunlarından biri insanların gerçek hedefinden uzaklaşma olması durumunda hemen gerekli aydınlatma ve doğru yolu ifade etmesidir. Fakat İslâm dininden sonra başka da din gelmeyeceğine göre İslâmiyet bu soruna karşı çözüm üretecek donanımda olması kaçınılmazdır.

Çalışmada söz konusu insan kişiliklerinin ortaya çıkmasına sebep olan unsurlar kapitalizm ve İslamiyet bakış açısına göre ifade edilecek ve devamında ne gibi finansal davranışlar sergileyecekleri belirtilecektir.

Kapitalizmin Oluşturduğu İnsan Modeli

Tutum; kişilerin dünyevî yaşamlarında karşılaştıkları durumları algılamaya çalıştıkları vakitlerde artı ya da eksi eğilimlerinden her birine verilen genel bir isimlendirmedir (Çinko, vd. 2017: 27). Her türlü davranış da bu tutumların

görünür hale gelmesi için takınılan fiili durumlardır (Ecer, 2022:249). Gerek tutumların alınmasının dolayısıyla da davranışların sergilenmesinin alt yapısını da fikri yetkinlik ve fikrin beslediği irade oluşturmaktadır. Fikri derinliğin keyfiyetini ise muhatap olduğu fikri akımlar oluşturur. Bu akımlardan biri de günümüz yaşam tarzını tahmin edilemez derecede etkisi altına alabilen güncel fikri akımların birikimi neticesinde ortaya çıkan sekülerleşme ya da kapitalleşme yani kapitalizmdir.

Kapitalizm, sermaye sahiplerinin sermayelerine sermaye katmaları için üretim ve mal ile hizmet dağıtımı sayesinde özel mülkiyet ve sermayenin in belli kesimlerde toplanmasını sağlayan ekonomik bir sistemdir. Bununla birlikte kapitalizm, toplumsal yaşamın her alanına nafiz olabilen ve onlar üzerinde karakteristik izler bırakabilen sistemdir (Gençoğlu, 2020:237).

Tabiatçılık fikri akımının neticesinde ortaya çıkan kapitalizm aynı zamanda Avrupa'nın geldiği medeniyet seviyesinin sefahate dair gelişmelerini medeniyetlerinin güzellikleri olarak gördüklerinden insanlığı bu yaşam kültürüne göre şekillendirmek için çok büyük çaba sarf etmektedirler (Nursî, Lemalar: 2039)

Bu akıma göre insanın değerini şekillendiren sadece maddedir, yaşam standartlarını kolaylaştıran her türlü yaşam için gerekli araç gereçlerdir. Bunlara sahip olabildiği kadar kendini daha değerli ve varlığını daha sürekli görebilecektir. Bu yapıdaki yaşamın ana merkezinin insanın kendisi olduğu, her gelişmenin kendi beklentilerine göre gerçekleşmesini istemek kadar da gelişmelere ipotek koyma yetkisini kendinde gören bir insan modeli ile karşı karşıya kalınmaktadır. Özellikle Sokrates, Eflatun ve Aristo dönemlerinde dahi insanların belli ahlâkî normlara göre yaşamaları salık verilmesine rağmen bu sistemde bir ahlâkî değerler sisteminden bahsetmek pek doğru olmayacaktır. Çünkü burada ortaya çıkan kişilik yapısı anlık takınılması gereken tutum ve davranışlara göre gerçekleşmektedir. Bu sistemden esinlenerek dünya görüşü şekillenmiş insanların en önemli özellikleri sadece ve sadece dünyadaki yaşama beklentileri olduğu için bu insanların değerler sistemi sağlam değil değişkenlik gösterebilecek oynak bir zeminde olacaktır (Badıllı,2011:811). Bu akımdaki insan davranışını şekillendiren iki ana prensip vardır. “Servetim varsa ben efendiyim, başkaları çalışıp benim sermayeme sermaye, servetime servet katmak zorundadırlar” bakış açısı ile “başkaları açlıktan ölse beni zerre kadar ilgilendirmez” yaklaşım tarzıdır (Nursî, Sözler:961).

İşte bu iki ana özelliğin oluşturduğu insan modeli ifade edilmeye çalışıldığında aşağıdaki özelliklerin bu akımın insan modelinin diğer alt özellikleri olarak ifade etmek olası görünmektedir. Öncelikli olarak şahsi özellikler ifade edilecektir.

-Bu sistemde rol alan herkes kendi çapında bir küçük tanrıdır (Casiye, 45/23). Fakat çıkarı için her şeye boyun bükecek bir dilencidir. Çünkü ihtiyaçlarını tek başına karşılaması mümkün olmadığından kendisine faydası olacak her şeyi ve herkesi mabut derecesinde kabul eder. Böyle bir yapıda olan insan ise ikircikli bir davranış sergileyebileceğinden doğrunun değil menfaatinin tarafına iradesini kullanarak toplumsal, ekonomik ve dolayısıyla da finansal hayatı ciddi olarak tehdit edecek bir özellikte akıl ve iradesini kullanabilecek potansiyelde olmuş olacaktır.

-Kendi menfaati olmadığı zaman hiçbir şeye ve kimseye değer vermez ve onların üzerinde kibirli bir duruş sergiler. Fakat en ufak menfaati olduğunda ise zillet derecesinde onların karşısında alçalan bir menfaatçi olmaya başlar. Finansal hayatta ise spekülatif ve manipülatif tekliflere karşı bu tip insanların nasıl davranabilecekleri asla net olmayacaktır.

-Gururundan dolayı gayet mağrur ve müstağnidir. Fakat gururuna sebep olan şeyleri kendisi var etmeyip devam ettiremeyeceğini de vicdanen bildiği için çok acizlik içinde yaşayan bir gösteriş budalasıdır. Kendi gururunu okşayan her türlü motivasyona açık olduğu için finansal davranışlarının standardı olmayacaktır.

-Vatan, millet ve devlet gibi olguları kendi menfaati için gerekli olarak gören birer araç gibi kabul eden bir anlayışa sahiptir. Böyle özelliğe sahip olmak ise en ufak menfaati için kutsal görülebilecek bu değerlerin terk edilebileceği sonucunu ortaya çıkarır. Özellikle finansal piyasalarda bu özellikteki insanların piyasalara nasıl bakabileceği milli menfaatler yerine küresel çıkar gruplarının tekliflerine göre hareket edebilme potansiyellerinin olduğu çok net bir şekilde anlaşılabilir.

Bu fikri akımının oluşturduğu sosyal hayattaki bireyin özellikleri ise kısaca şöyle özetlenebilir:

-Kuvvetli olan daima haklıdır. Hareket noktası kuvvet olunca da kuvvetli olanın daima haklı görünebilmesi için mazlum insanların sürekli olarak ezilmesi gerekir. Bu ise hakların zayı olmasını, zalimlerin söz sahibi olmalarını destekleyen bir bakış açısıdır. Sermaye sahipleri küçük sermaye sahiplerinin ellerindeki servetleri dahi almak için zalimce her türlü finansal oyunları yapmaktan çekinmezler.

-Sonucunda kendisine bir menfaat sağlamayan herhangi bir uğraşı onlar için boş işlerdir. Başkalarının menfaatine olacak gelişmeler bunlar için engellenmesi gereken alanlardır. Bir faaliyet olacaksa da kendilerinin beklentilerine göre gerçekleşmesi için gayret sarf ederler. Özellikle finansal piyasalardaki sermaye hareketleri ve yapılanmalarının kendilerinin kurgularına göre gerçekleşmesi adına başkalarının hayatlarının mahvolmasına aldırış etmezler.

-Ayakta kalmanın tek yolunun mücadele ve çarpışma olduğunu kabul ettikleri için herkesi alt edilmesi gereken birer düşman görürler. Böyle olunca da “büyük balık, küçük balığı yer” bakış açısı bunların vaz geçilmez hayat prensipleridir.

-Eğer birlikte bir şeyler yapılacaksa da kendi dindaşı ve ırkını öncelerler. Bu ise insanlığın değil belli insanların kazançlı olacağı bir finansal yapıyı kurgulamayı gerekli kılar.

-Böyle özelliklerin bu kişilere sağladığı nihai fayda ise heva ve hevesine göre dünya yaşamlarının sürdürülmesi ve insanların ihtiyaçlarının ziyadeleştirilmesini gerekli kılar ki bu da tüketici toplumu oluşturmanın en temel gerekliliğidir. Bu toplumun enerji kaynağını oluşturacak yegâne kaynak ise finansal piyasalardaki finansman kaynaklarıdır. Yani hem kaynağı verirken hem de kaynağı tekrar kendine döndürmekte pek mahir davranırlar.

Yukarıdaki bireysel hayattaki ve sosyal yaşamdaki özelliklere bakıldığında çok ciddi bir sosyal ve bireysel farklılıkların oluşacağı ortadadır. Böyle bir yaşam kültüründe bencillik had safhada olmakla birlikte sosyal yaşamda samimi bir sevgi, saygı ve diğergamlık söz konusu olamayabilecektir (Nursî, Sözler:194-195). Bu yapıdaki insanî özellikler gelecekteki bireylerin ve insan topluluklarının nasıl bir durum ile karşılaşacakları hakkında da çok önemli ipuçları verdiğini belirtmek de yerinde olacaktır. Özellikle insanlığa sunduğu cazibedar, eğlenceli ve şaşalı yalancı cenneti aslında insanları cehennemî bir ruh yapısı ile karşı karşıya bırakmaktadır. Zira insan sadece maddi yönü olan bir varlık değil aynı zamanda manevi özellikleri ile donatılmış ve bu özelliklerinin de ihtiyaçları olan bir varlıktır. Bu özelliklerine doğru, yerinde ve yeterli cevap verilemezse o insanın almak istediği lezzetler dahi elemelerle, ayrılıklarla ve kederlerle dolu olacağı için bütün mutluluk çabaları boşuna gidecektir (Nursî, Lem’âlar:204).

Bu halet-i ruhiye ise insanları daha da azgınlıştıracığı için insan; insanlığın gerektirdiği ortak kültürle değil, potansiyelinde bulunan hayvanca özellikleri ile yaşamını sürdürmeye başlayacaktır. Bu insanları bu medeniyet nasıl bir başkalaşmaya tabi tuttuğu aslında ortadadır. Çünkü bu zamandaki insanların zahiri medenilik halleri arkasında nasıl birer kurt, domuz, ayı, yılan, maymun gibi hayvanların ruh yapıları ile hallendikleri görülebilecektir (Nursî, Tarihçe-i Hayat:164).

Diğer taraftan serbestlik adı altında insanın kendisini ve toplumları ayakta ve birlikte tutan değerler silsilesi darmadağın olacak zahiri özgürlük kılıfında insanlar bencilliğinin, serkeşliğinin esiri olarak yaşamaya devam edeceklerdir. Böyle bireyler ise neticede ahlâkta ve yaşam alanlarında anarşiliğe, zalimce meyveler verecek inançsızlığa kayacaklarından toplumların ve devletlerin

önlerinde titrediği bir sosyal yaşam yapısı ortaya çıkacaktır (Nursî, Kastamonu Hayatı:186).

İslamiyet'in Öngördüğü İnsan Modeli

Genelde din, özelde ise İslâm dini; bireylerin kendinden bağımsız tutum ve davranışlarından veya yıllara sari eserlerden etkilenmiş yaşamını sürdürmesi için gerekli olan tarafsız bir olgudur. Dindarlık ya da Müslümanlık ise dinin birey hayatındaki somutlaşmış halidir (Draz, 2007:39). Dinler insanların dünyevi yaşamlarını tanzim ederken aynı zamanda da ahiret geleceği için yapılması gereken görevlerini ifade eden yerine göre sözlü yerine göre yazılı düzenlemeleri ifade eden bir kurumdur. İslâm dini ise; en son semavî bir din olarak insanların dünyevî ve uhrevî hayatlarını tanzim eden ilahi bir yaşam programı olarak gönderilmiştir. Hayatın her alanına ilişkin prensipleri olan kutsal bir hayat nizamıdır. Bizatihi Allah tarafından bütün insanlığa tavsiye edilen ilahi bir nizamname olup insanlara verilen nimetlerin bu din ile kemâle erdiği ifade edilmiştir (Maide5/3). İnsanın vücudundaki sistemleri ve organları belirli bilimsel kurallarla idare eden Allah, kişinin bireysel ve sosyal hayatını da belirli kural ve kaidelere göre geçirirse daha sağlıklı bir ömür ve ahiret geleceği elde edeceğini göndermiş olduğu İslâm dini ile göstermiştir. Öyle ki İslâm peygamberinin tatbikatına bakıldığında yaşamın her alanını ilgilendiren tavsiye, emir ve yasakları görülebilir. Ki dünya yaşamındaki rahat ve huzur sünnet adı verilen bu ahlâkî ilkelerle ve davranışlarla olası hale gelebilmektedir (Ahzâb 33/21). Çalışmanın bu aşamasında genel olarak İslâm dini inanç sisteminin şahsi ve toplumsal yaşamdaki insan özellikleri ve finansal piyasalara olan etkileri ifade edilmeye çalışılacaktır. Öncelikli olarak bireysel yaşam sınırlarındaki özelliklerine yer verilecektir.

-Bu dinin müntesibi olan bir insan kendini Allah'ın kulu ve kölesi olarak gördüğü için başkaca kimseye ve hiçbir şeye minnet etmez, el açmaz ve dilencilik vaziyeti takınmaz. Bu yapıda olan bir kimse finansal piyasalarda rol aldığı kimsenin hakkına girmemek adına spekülâtif ve manipülâtif gelişme ve girişimlerden uzak durur, Allah'a vereceği hesaptan dolayı karar ve davranışlarında hakkı ve doğruyu referans alır. Kendine menfaati olanlara karşı minnettar olmak yerine onların Allah'ın emri ile o iyilikleri yaptıklarını bildiği için en fazla onlara dua eder, bir kuldân fazla değer ve rütbe vermez.

-Hedefinde herhangi bir dünyevi beklenti olmadığı gibi Allah'ı razı etmek adına cenneti dahi yaptığı iyiliklerin karşılığı olarak görmekten içtinap eder. Cennetin menfaatlerini terk eden bir insan elbette ki dünyevi bütün beklentileri de terk etmesi kolay olacaktır.

-Kendini diğer varlıklardan üstün görecektir özelliklerin kendisine gururlanmak için değil sorumluluklarını yerine getirilmesi için verildiğini bilir ve bu özelliklerini başkalarının menfaati için kullanılması gerektiği bilinci ile mütevazı olmaya çalışır. Finansal uzmanlığını şahsi çıkarları için değil ekser insanların faydasına nasıl kullanılması gerekiyorsa o şekilde bir davranış sergileme refleksinde bulunur.

-Düşmanlarına karşı alt edilebilecek bir özelliği olan zayıflığı; aslında en büyük güç olan Allah'a ulaşmanın bir vasıtası olduğunu bildiği için bu özelliği onu psikolojik olarak gayet güçlü kılar. Diğer taraftan da ihtiyaçlarının sınırsızlığı onu gayet sermayesi hiç hükmünde olan bir kişi yapacakken bu özelliği onun için ebedi bir hayatta hazırlanmış cennet memleketi ile dünyanın beş kuruşluk menfaatine boyun eğmeyecek kadar adaletli ve gayretli olmasının temelini oluşturur. Finansal piyasalarda ise bu özellik oldukça elzem bir hususiyet olduğu anlaşılabilecektir. Herhangi maddi ve manevi güç onu hakkın dışında davranmaya zorlayamaz, beklentilerini karşılayacak dünyevî ihtiyaçlarının karşılanması için meşru olmayan tekliflere karşı da ebedi ahiret yurdunun güzelliklerinin daha değerli olduğunu bildiği için finansal hareketler sağlam temeller üzerinde gerçekleşecektir.

-Nefsinin, hevasının istediği değil de Yaratıcı'sının rızası olan şeylerin peşinde koştuğu için hayatı çok verimli ve kaliteli geçecektir. Finansal piyasalarda rol alan bir birey bu özelliğiyle bu piyasaların güven kaynağı olabilecek bir yapıda olduğunu göstermiş olacaktır.

Aşağıdaki özellikler ise İslâm dinin sosyal hayatta sayılarını artırmak istediği insan modellerinin özellikleridir.

-Haklı olanın kuvvetli olduğu ve sosyal yaşamın her alanında hakkın ve haklının gücünün öncelendiği hatta kutsallaştırıldığı bir insan hedefler. Bu özelliklere göre hareket eden insan topluluğunda güç sadece adaletin tesisi, haklının hakkının kendisine verildiği bir adaletin dağıtımı için bir araç olarak görev aldığı unsur olarak değerlendirilir. Bu durumda da hak ve doğru standartlarının cari olduğu bir sosyal hayatta ise huzur ve saygı daima varlığını sürdürür. Bu da toplumsal birlikteliği ve kucaklaşmayı artırıcı en temel unsur olarak değerlendirilebilir.

-Belli değerlerle ve erdemli sıfatlarla teçhiz olmuş bir insan profilinin hâkim olduğu bu sistemde Allah'ın razı olduğu davranışlar hedeflenirken Allah'ın razı olmadığı davranışlardan ise uzaklaşma gayreti sayesinde sosyal yaşam alanlarında güven ve samimiyet sayesinde her türlü finansal ilişkiler sağlam zeminlerde gerçekleşir. Bu özellik sayesinde bir dayanışma ve yardımlaşma ortamı ise kendiliğinden ortaya çıkacaktır.

-İnsanların yardımlaşma ile hayatlarını daha verimli ve etkin bir şekilde gerçekleştirebileceği bilincinde olduklarından her insanı hayatının bir çarkı, her meslek dalının kendi yaşamını kemale erdiren bir unsur olduğu düşüncesi ile yaşamlarını sürdürürler. Bu da finansal olarak farklı derecelerde olan insanlardan zor durumda olanların yardımına koşmayı vecibe olarak telakki etmelerini beraberinde getirecektir.

-İnsanları samimi bir şekilde bir arada tutan unsurların başta din olmasının yanında vatan gibi kutsal değerlerin ve meslekî ihtisas birlikteliklerin insanların bir arada olmasını sağlayan en temel ve bütünleştirici unsurlar olarak tavsiye edilir. Din gibi kaynaklardan beslenmek ise kardeşlik, vatandaşlık ve meslektaşlık gibi insanları birlikte tutucu bir cazibe unsuru olarak bütünleştirici bir özellik olarak vazifesini yapar.

-Nihaî hedef olarak ise nefsin kötü arzularını dizginleyerek ruhun olgunlaşması için âli gayeler ve insanî özelliklerin devreye girmesi için kendisinin eğitilmesi gereken bir özellikte olduğunu kabul ederek ömür boyu eğitimin bir neferi olarak kendilerini görürler (Nursî, Sözlere:194-195).

Bu yapının sunduğu insan modelinde ise; gerek bireysel yaşam gerekse de sosyal yaşamdaki insan, nizam ve ortak aklın değerlerine göre hareket edeceklerinden bencillikten uzak, yardımlaşmanın egemen olduğu, insan olgusuna olan saygının sürekli geçerli olduğu bir atmosfer ortaya çıkacaktır. Bu ise insanları melekî sıfatlarla hallenmeyi, özgürlüğü içinde kulluğunun verdiği bilinçle hayvanî duygularını törpüleyen ve insanlık seciyelerinin gerektirdiği ahlâkî değerlerle bezenmiş birer insan olma yolu açılmış olacaktır. İnsanın görünen özelliği ne olursa olsun onların aslında ciddi işlerle iştigal eden birer idareci ve insan elbisesi içinde melekler gibi oldukları anlaşılabilecektir (Nursî, Mesnevi-i Nuriye:341).

Bu şahsi kalitenin yanında sosyal yaşam alanlarında ise insanları bir arada tutacak olan hürmet, merhamet, güven gibi değerler hâkim olacaktır. Diğer taraftan helal-haram çizgilerine göre şekillenmiş bir yaşam alanı kendiliğinden şekillenmiş olacak, serserilik gibi toplumun düzenini bozacak özellikler kanunlara itaat kültürü sayesinde ciddi oranda azalacaktır (Nursî, Şualar:452).

Sonuç, Değerlendirme ve Teklif

Küresel anlamda etkileşimlerin gerçekleştiği günümüz dünyasında tek tip insan modelinin şekillenmeğe başladığını söylemek yerinde olacaktır. Artık insanları temelde şekillendiren toplumların değerleri değil internet dünyasının dayatmalarının dinamikleridir. Bu süreç ise insanlığın hayrına olan bir gelişme değil felaketinin serüvenidir. Zira değerlerden uzak, ahlâkî ve toplumsal değerlerin devre dışı tutulduğu, rol model olarak dikkate alınan dinî, tarihi ve

milli liderler yerine herhangi bir değer üretmeyen sadece rakamsal hesaplamalarla rol modeliği makamına oturan kişilerin ve gelişmelerin şekillendirdiği toplumun helaketi çok yakın olabilecektir. Nice toplumlar değerlerine ve kutsallarına ters düştüğünde bir uyarıcı, bir din ile hep ikaz ve irşat edilmiştir. Devamında da eğer sulh ve selamet tesis edilmişse insanlık huzura ve adalete kavuşmuştur. Aksi takdirde ise o toplum özelinde bir felaketle terbiye edilme söz konusu olmuştur (Nursî, Sözler:131).

İşte bu İlahî kanunun işlerliğe geçmemesi için insanlığın ciddi anlamda insanlık onur ve duruşuna uygun bir yaşam standartlarına tekrar sarılması ve hayatını ona göre sürdürmesi elzemiyet kazanmış durumdadır.

İnsanlığın geldiği son noktada medeniyetin sunduğu hiçbir gelişme insanı huzurlu ve güvende hissettirmemektedir. İnsanların yaşamış oldukları hayat onların ruhi boşluklarına bir fayda sağlamaktan uzaktır. Dolayısıyla bu insanlığın bu boşluğunu dolduracak bir çare aranmaya başlanacaktır, belki de aranmaya çoktan başlanmışta olabilir. İnsanın maddi yönü için bu kadar teknolojik ve bilimsel gelişmelerin yanında manevi yönünün ihtiyaçlarını karşılamak için de çalışmalar elbette ki vardır ve olmalıdır da.

Bu noktada ise İslâm dininin bir rüchaniyetinin olduğunu ifade etmek gerekli gözükmektedir. Zira “İnsan, kendisinin başıboş bırakılacağını mı zanner” (Kıyame, 75:36), “Biz, bir peygamber göndermedikçe azap edici değiliz” (İsra, 17:15) gibi ayetler insanların başıboş bırakılmayacağını, bir tebliğci ve irşat edici tarafından bulundukları uçurumlardan kurtulmaları için Allah tarafından destekleneceğini ifade edilmiştir.

Son ilahi din olan İslam dinin yaşamış olduğu badireler atlatıldıktan sonra gerçek İslâmiyet elbette ki kendini insanlığın refah ve huzur için tek çare olarak kabul ettirebilecek bir donanıma haizdir. Bu ise küreselleşme ile din dışı hayata abapte edilmeye çalışılan insanlığın kurtuluşunun ancak bir din ile olacağını gösteren en önemli bir potansiyel delil olarak kabul edilebilir.

Bu durumda öncelikle müslümanlar kendi dinlerinin tebliği ile birlikte belki de daha ileri derecede temsiliyet noktasındaki vazifelerini bilinçli bir şekilde yapmaları önem arz etmektedir. Eğer müslümanlar bu noktadaki temsil görevlerini gereğince yaparlarsa İslâmiyet’in ruh ve gönüllerde yer etmesi daha da kolaylaşacak ve hızlanacaktır. Bu zamanda tebliğden ziyade hayatın her aşamasında müslümanların hayatlarına rol modellik misyonundaki bir bilinçle tutum ve davranış sergilemesi kaçınılmaz gözükmektedir.

Özellikle finansal etkileşimlerin oldukça yaygınlaştığı ve bu hareketle ekonomik hayatın ciddi olarak etkilendiği günümüz piyasalarında işlenecek hayır da kötülük de küresel boyutlarda gerçekleşmektedir. Bu ise insanın ahiret hayatına kısa sürede çok büyük seviyelerde sevap veya günah kazandırabilecek

bir potansiyele sahiptir. Böyle olunca da finansal davranışların belli ahlâkî erdemlerle desteklenip ona göre finansal hayatta görev alanların kendilerini yetiştirmeleri gerekmektedir. Bu finansal hayattaki bir dalga bütün insanları etkileyebilecek bir etki alanına sahiptir. Böyle olunca da İslâmî finansal sistemin bütün özellikleri ile finansal sistemde bariz bir yoğunluğunun hissettirilmesi gerekmektedir. Elbette ki bu görev de başta müslüman ülke ve yatırımcılara ve başarı durumuna göre de dünya çapındaki bütün yatırımcılara düşmektedir.

Kaynakça

Makalalar

1. ATEŞ, Hamza, ORAL, Bülent (2003), “Kamu Yönetiminde Etik: Kültürel
2. *Temeller ve ‘Örgütsel Ruhçuluk’ Kuramı Ekseninde Bir Analiz*”, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (5) 2003/1
3. Çinko, M., Avcı, E., Ergun, S. ve Tekçe, M. (2017). Financial literature
4. levels of university students: an example of Marmara University. Marmara Business Review, 2(1), 25-50.
5. Ecer, Kübra (2022).Dinî Yönelimlerin Finansal Davranışlar Üzerine Etkisi,
6. İktisadi İdari ve Siyasal araştırmalar Dergisi, 246-262.
7. Gençoğlu, Aylin Yonca. “Kapitalizme Teorik Yaklaşımlar: Kapitalist
8. Ekonomik Sistemin Temel Nitelikleri Üzerinden Karşılaştırmalı Bir Analiz”. Temaşa Felsefe Dergisi 14 (2020): 237-256.
9. YARAN, Cafer Sadık (2008), “*Erdem Ve Ekonomi: Dinî Ve Felsefî Açından İş Ahlâkı*”, İGİAD İş Ahlâkı Sempozyumu, Bildiriler İstanbul.

Kitaplar

10. AYDIN, Erdem (1998), “*Sokratik Etikten Hipokratik Etiğe*”, Biyoetik Derneği Yayınları No:3. Yükseköğretim Kurumu Matbaası Ankara.
11. TÜRKERİ, Mehmet (2010), “*Aristoteles ve İş Etiğindeki Temel Değerlerin Dönüşümü*”, İzmir.
12. BADILLI, Abdulkadir (2011), “*Risale-i Nur’un Kudsî Kaynakları*”, Envar Neşriyat, İstanbul.

Elektronik Yayınlar

13. <https://www.kuranmeali.com/>
14. <http://www.erisale.com/>

63. Bölüm

Bireysel ve Toplumsal Kimliğin Oluşumunda Dinin Rolü

Merve TEMİZER GÜNEŞ¹

¹ Dr. Öğr. Gör. Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi,
ORCID ID:0000-0002- 7837-768X, merve.temizer@hbv.edu.tr

Özet

Dinin önemli işlevlerinden birisi bireysel ve toplumsal kimliğin inşasında aidiyet duygusu ve bilinci kazandırmaktır. Bireyler hem kendi varlıklarını toplum içinde keşfederler hem de bireysel kimliklerini toplum içinde inşa ederler. Dinin kimlik üzerindeki etkisinden hareketle bu çalışmanın konusunu dinin bireysel ve toplumsal kimliğin inşasındaki rolü oluşturmaktadır. Bu çalışmanın amacı, din olgusunun bireye ve toplumsal hayata ne gibi etkileri olduğunu araştırmaktır. Bu bağlamda; bireysel ve toplumsal açıdan vazgeçilmez unsurlar olan kimlik ve din kavramlarını sosyolojik bakış açısıyla incelemek, bireyin yaşamına sağladığı katkıların yanında bireysel ve toplumsal kimliğin şekillenmesine ne gibi etkileri olduğunu açıklamaktır. Diğer taraftan kimliğin şekillenmesinde etkisi olan unsurlardan din kavramının birey ve toplum açısından taşıdığı önemi, kimliğin oluşum ve korunmasındaki rolünü ele almaktır.

Giriş

Din, kültürün içerdiği temel unsurlardan biri olması sebebiyle kimliğin tanımlanmasında ayrı bir öneme sahiptir. Özellikle kimlik ve anlam krizi yaşayan toplumlarda bireyin kendini tanımlamasında din faktörü oldukça önemlidir. Bireysel kimlik; grup kimliği, sosyal kimlik, milli kimlik ve kültürel kimlikte olduğu gibi sosyo-kültürel değerlere göre şekillenmektedir. Dolayısıyla hassas ve karmaşık bir özelliği bulunan kimliğin disiplinler arası bir analizinin yapılması gerekmektedir.

Genel olarak dinin, içerdiği anlamı yanı sıra bireysel ve toplumsal olarak yüklendiği işlevleri bulunmaktadır. Aynı zamanda din hem bireysel hem de toplumsal kimliğin oluşum sürecinde ve karşılaşılan kimlik problemlerinin çözümünde tamamlayıcı görevler üstlenmektedir.

Tarih boyunca hemen her toplumda; sanayileşme, kentleşme, teknolojiye ilerleme ve küreselleşme gibi çeşitli olgu ve faktörlerin etkisiyle ortaya çıkan; sosyal, kültürel ve ekonomik değişimler din olgusuna bağlı kimlik arayışını hızlandırmaktadır. Bu doğrultuda mezhepleşme, cemaatleşme, tarikatlaşma ve alt gruplaşma gibi olgular dini faktörün yanında toplum kimliğine yapılan vurguyu ve referansı da artırmaktadır. Tüm bunlara karşılık toplumda bireyselleşimin artması toplum kimliğinin aleyhine olarak kişisel kimliğe yönelimde güçlenme olarak ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla din, gerek bireysel kimlik gerekse toplumsal kimlik kategorileri ile alakalıdır ve aslında bir dini inanç yönelimin yönünü; değişim, durum ve şartlar belirlemektedir (Günay, 1986: 380).

Kimliğin şekillenmesinde etkili olan öğelerden biri olan din, kendi başına kimlik için yeterli değildir ancak dini değerlerin olmadığı bir kimlikten de söz etmek oldukça zordur. Dinin kimlik üzerindeki etkisi bireyden bireye ve toplumdan topluma farklılık gösterir. Dinin önemli işlevlerinden birisi bireysel ve toplumsal kimliğin inşasında aidiyet duygusu ve bilinci kazandırmaktır. Bireyler hem kendi varlıklarını toplum içinde keşfederler hem de bireysel kimliklerini toplum içinde inşa ederler. Bundan dolayı genellikle bireyin içerisinde yaşadığı toplum yapısının belirleyiciliği bireyin kendi kimliğini fark etmesinin önüne geçmesinin yanında, toplum tarafından seçilmiş bir kimliği de bireysel kimlik olarak verebilmektedir. Dolayısıyla bireysel kimliğin beraberinde toplumsal kimliğin oluşumu da oldukça önemlidir. Sağlıklı bir din anlayışının kişinin kimlik bütünlüğüne olumlu katkıları olduğu gibi tam tersi de söz konusu olabilmektedir. Sağlıksız, çarpık bir din anlayışı bireyin bunalıma girmesine ve sorunlu bir kimlik oluşumuna sebep olmaktadır. Dolayısıyla din, inanç ve bu inancın bireye sunduğu çeşitli değerler kimliğin oluşumunda doğrudan etkilidir.

Din Nedir

Din; bireyleri kutsal duygu, ortak bilinç, vicdan ekseninde bir araya getiren bir etken olmasının yanında toplumları yücelten, gelişip ilerlemesini sağlayan bir olgudur. Ahlaki müessese özelliğiyle bireylere yön veren din, en üstün kanunlar ve en mükemmel düzenlerden çok daha kuvvetli bir şekilde insanı içten kuşatıp kucaklayarak yönlendirmektedir. Bunun yanında dinin ilahi ve insani olmak üzere iki farklı özelliği bulunmaktadır (Hökelekli, 1996: 64). Bu anlamda tarihin tüm devir ve toplumlarında her zaman varlığı hissedilen ve evrensel bir disiplin olan din, bireyleri hem içten hem de dıştan kuşatarak onların düşünce, tutum ve davranışlarında kendini gösteren bir olgudur.

Din, kutsal olana, metafizik değerlere doğüstü bir güç olarak yer vererek inanan insanlara bir yaşam biçimi sunan inanç sistemidir. Bunun yanında din, insanların varlığı ve doğasıyla ilgili soruları aşkın kavramlarla ya da güçlerle açıklar. İnsanların tutum ve davranışlarını düzenleyerek günlük yaşamlarında yol gösterici görev üstlenmesi dinin toplumsal boyutuyla ilgilidir. Bu doğrultuda dinin fizik âlemi aşan aşkın boyutunun yanında toplumsal boyutu bulunmaktadır ve sosyoloji toplumsal boyutunun üzerine odaklanmaktadır. Dinin, insanlar tarafından farklı algılanıp farklı yorumlandığında yaşanan din olarak farklı bir yönü ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla sosyal bir kurum olan din, tüm toplumlarda görülmekte ve toplum paralelinde gelişmektedir (Kırman, 2004: 61-62). Din, aynı dine inanan insanları yaşanan olaylar karşısında ortak tutum ve davranışa sevk eden bir özelliğe sahiptir. Dolayısıyla; din, insanlara belirli bir dünya görüşü kazandırdığından toplumsal olaylar karşısında bireylerin nasıl davranacaklarını da belirleyebilmektedir.

Oldukça zengin bir içeriğe sahip olan din, belirli bir anlayış ve manevi bütünlük içermektedir. Dinin bu manevi içeriği inananları tarafından bilinçli ya da bilinçsiz bir şekilde benimsenmektedir. Bu durumda din, başlangıçta sübjektif bir özelliğe sahipken tecrübi alana inerek objektifleşir ve çeşitli somut davranışların oluşmasına zemin hazırlar (Günay, 1986: 146). Geçmişten günümüze değin tüm toplumlarda görülen ve evrensel bir olgu özelliği taşıyan din, bireyi içten ve dıştan kuşatma özelliğiyle onun düşünce ve davranışlarına yansıtarak kendini göstermektedir (Musa, 2004: 47). Bu noktada insanlar inandıkları dine bağlı olarak doğaya, eşyaya ve sosyal olgulara karşı bir tutum içine girebilmektedirler.

Hızlı sosyo-kültürel değişim ve hareketlilik yaşanan bir toplumda bir yere bağlı olma ya da aidiyet duygusu bireyler için oldukça önemli psikolojik bir ihtiyaçtır. Toplumsal hayatta bireylerin, özel yaşamlarındaki önemli günlerinde dini törenler aracılığıyla kazanılan yeni kimliklerde dinin, pekiştirici, güçlendirici bir rolü vardır. Örneğin bireyler için hayatlarında dönüm noktası özelliği taşıyan;

doğum, düğün törenleri ve cenaze merasimleri gibi önemli evreler, geleneksel yaşam tarzına sahip toplumlarda dini inanışlar çerçevesinde gerçekleşmektedir (Roberts, 1990: 246).

Toplumsal yaşamda gerçekleştirilen dini tören ve çeşitli kutlamalar, toplumsal dayanışma ve bütünlüğün korunarak sürdürülmesine büyük ölçüde etki etmektedir. Dolayısıyla dinin sembolik olarak bütünleştirici rolü bahsi geçen dini tören ve kutlamalarda açık bir şekilde görülmektedir. Dinin önemli işlevlerinden biri olan bütünleştirme, toplumun birtakım değer, inanç ve normları aracılığıyla olmaktadır. Din, toplumsal yaşamdaki düzensizlik, dağınıklık ve yaşanan krizlere karşı sosyal bütünleşmeyi sağlayarak hem birey ve toplum ilişkisini hem de bireylerin toplumsal yaşamdaki tüm kurumlarla ilişkilerini bir bütün içerisinde düzene koymaktadır.

Dinin, insanların hayatlarını düzenleyici bir olgu olmasının yanında, çok güçlü bütünleştirici işlevinin bulunduğunu düşünen Berger, (1999: 82-84) dinsel unsurların topluma nüfuz ederek devamlılık sağladığını ifade etmektedir. Berger, Durkheim'in de dinin insanları toplumda bir arada tutan, bütünleştirici ve düzen sağlayıcı bir unsur olduğu kanaatini taşıdığını ve bunun yanı sıra dinin bireyleri birbirlerine bağlayan bağlar içinde en kuvvetlisi olduğunu düşündüğünü belirtmektedir. Nitekim Durkheim'a göre toplumda çeşitli alanlarda yapılan iş bölümünün; bireylerin bütünleşmelerine, dolayısıyla sıcak ve samimi ilişkilerin ortaya çıkmasına imkân vermektedir (Durkheim, 2006: 83). Diğer taraftan Durkheim dinin, bireylerin davranış ve tutumlarına yansiyarak toplumsal birlik ve bütünlüğünü sürdürmelerine katkı sağladığını belirtmiştir (Kösemihal, 1971: 104).

Din, tutarlı ve kararlı bir kimlik oluşumuna katkı sağlayarak; bireyin hem kendisiyle barışık olmasına hem de sosyal yaşamında insanlarla sağlıklı ilişkiler kurma ve topluma uyum sağlamasına yardımcı olmaktadır. Dolayısıyla din, objektif bir faktör olduğu kadar psikolojik bir gerçekliğe de sahiptir. Din, tüm değerler sistemi içinde çok önemli bir yer işgal etmektedir ve insanların iç dünyalarında da büyük bir kuvvettir. Bu doğrultuda din, insanların tutum ve davranışlarını, sosyal ilişkilerini, birey ve toplum hayatını doğrudan etkileyen ve belirleyen faktörlerden biridir.

Dinin genel olarak dört ana işlevi yerine getirme görevi bulunmaktadır. Bu işlevler; anlam verme işlevi, yapısal işlevi, kültürel işlevi ve kimlik kazandırma işlevidir. Dinin anlam verme işlevi; toplumda belirli problemler olan, acı, adaletsizlik ve ölüm gerçeği gibi olguların bireylere anlamlı görüldüğü bir yaşam görüşü ve evren sunmaktadır. Kimlik kazandırma ve aidiyet duygusu verme işlevinde ise; örneğin bireyler yaşadıkları çevreden uzak farklı bir çevreye veya ülkeye göç ettiklerinde din, kimliklerinin kaynağı olarak önemli bir rol

üstlenmektedir. Hem dini hem de doğal bir şekilde bağlı oldukları ailelerinden uzak bir ortamda olan bireyler dini gruplara yüksek bir aidiyet duygusu içerisinde bağlanabilmektedirler. Örneğin Amerika Birleşik Devletleri gibi göçmenlerin yoğun olduğu bir ülkede dini zümreleşmeciliğin yüksek düzeyde olmasının nedeni; bu zümrelerin dini kendilerini ifade etme aracı olarak görmeleri şaşırtıcı bir durum değildir (Roberts, 1990: 52-54).

Tarihin eski dönemlerinden beri insanların düşüncelerinde ve hayatlarında etkili olan din, toplumsal düzeyde de bütünleştirici yönüyle özellikle kendi ülkeleri dışında yaşayan topluluklar için daha fazla etkili olabilmektedir. Yapısı gereği bireysel olarak inananlara nüfus eden din, yukarıdaki örnekte görüldüğü gibi, sosyal yaşamdaki kimi şartlardan dolayı insanlar arasında köprü vazifesi de görmektedir.

Din, tıpkı birtakım ideolojilerin parçaları gibi insanların uyum sağlamak zorunda oldukları dünyada psikolojik olarak bir denge kurma durumudur. Öte yandan kişinin yaşadığı dünyayı anlama ve o dünyada kendini istediği bir yere yerleştirme olarak bir işlevi bulunmaktadır (Mardin, 2016: 2).

Kimlik Din Bağlantısı

Kimliğin inşa sürecinde dinin belirleyici rolü toplumların gelişmişlik düzeylerine göre farklılık göstermektedir. Bu durum olumlu ya da olumsuz olabilir. Bildiğimiz gibi dinin işlevlerinden biri de bireysel ve toplumsal kimlik kazandırma, aidiyet duygusu verme bir ve beraber olma bilinci vermektir. Din, bireyin kim olduğunu tanımlayan, ona uyan bir anlamlar setinden oluşan kimliğin bir kontrol sistemi olarak işlev görmesine yardımcı olmaktadır (Türkkan, 2011: 42-44). Dinin kimlik üzerindeki etkisini sosyolojik açıdan değerlendirdiğimizde insanın kimliğinin oluşması ve şekillenmesi aşamasında din, bireyin kimlik bunalımına düşmesini önleyerek, sağlıklı bir benlik oluşturmaya ve toplumla uyumuna katkı sağlamaktadır.

Kimliğin tanımlanması ve ayırt edilmesinde bir dine bağlılığın ayrı bir önemi vardır. Geçmiş zamanlardaki kabile dinlerinden günümüz dinlerine kadar toplumda yaşanan tüm dinler hem bireye hem de topluma bir kimlik kazandırmaktadır. Din değer yargıları ve inanç sistemlerinin yanında bireysel ve toplumsal ritüelleriyle bu dine bağlı olanlar arasında bir inananlar topluluğu oluşturmaktadır. Dolayısıyla dinsel kimliğin oluşumunda bu inanış birliğinin toplumsal kimliği yönlendirici bir yönü bulunmaktadır (Smith, 1991: 21). Kimlik kazandırma işlevi olan din, kişinin yaşadığı çevresinde; kendini tanımasını, konumunu belirlemesini, diğer insanlara karşı bakış açısını, tutum ve davranışlarını etkilemektedir.

Her toplumda kimlik kategorilerinin; norm, değer ve dini inançlarla oldukça yakın ilişkisi bulunmaktadır. Nitekim din, bir toplumun sahip olduğu kültürel değerlerini üretme ve aktarma aşamasında önemli fonksiyonlar üstlenmektedir. Din, sosyo-kültürel bir ortamda bireysel değerlerin ana kaynaklarından birini oluşturur. Bununla birlikte dinin toplumsal ve kültürel olarak kimliğin oluşumunda ve korunmasında önemli bir rolü bulunmaktadır. Din, ona inanan bireylerin bütünleşmelerini pekiştirici bir işleve sahiptir. Bireylerin birbirleriyle samimi bir şekilde bütünleşmelerinde pekiştirici manevi değerler ve idealler üretmekte, toplumda bu değerler ve ideallere paralel bir ahlak ortaya çıkmakta ve bu sayede din bireylerin davranışlarını bu manevi amaçlara uygun bir düzene koymaktadır. Bundan dolayı din kimliğe kutsal bir anlam ve değer yükleme suretiyle tamamlayıcı bir fonksiyonu yerine getirmektedir (Coşkun, 2003: 7). Bireyin kimliğinde etkin rol oynayan birçok faktör bulunmaktadır ve din ve yaşam tarzı da kimliğin oluşumu ve korunması aşamasında oldukça önemli değerlerdir. Nitekim kimliğe bir zihniyet kazandırmak ve farklı bir dünya kurma amacı dinin en önemli işlevlerinden biridir.

İnsanlar ve toplumlar bir değerle özdeşleşip kimliklerini ortaya koymaya çalışırlar. Bu özdeşleştirme sürecinde ise birçok durumda dini ve kutsal değerlere yönelmekte ve bu değerler üzerinden kimliklerini ifade etmeye çalışmaktadırlar. Diğer taraftan kimlik kategorileri ile dinler arasında bir bağlantı bulunmaktadır. Örneğin, Hristiyanlıkta bireysel, Şintoizm’de cemaat, Budizm’de aile kimlikleri arasında yakın bir ilişki olduğu belirtilmektedir. İslam dininde ise sosyal kimlik ile din arasındaki yakın bağ ön plandadır (Coşkun, 2003: 7-9). Hayatı anlamlandıran ve bir yaşam gayesi kazandıran din, bireylerin yaşamlarında önemli rol oynar. Dinin kendi içeriği yanı sıra bu içeriğin yorumlanışına ve yaşanışına göre farklılaşan çeşitli kimlik yapıları bulunmaktadır.

Kimlik ve din üzerine çalışmalar yapan Hans Mol dini, kendine özgü anlamda kimliği yücelten bir unsur olarak değerlendirmiştir. Bundan dolayı din, farklılaşma ve bütünleşme arasındaki tartışmalı ilişki göz önüne alınarak önemsenen bir olgudur. Kimlik bu tartışmalı karşılaştırmada bütünleşmeyle ilgili bir unsur olup yüceltme ile doğruluk kazanmaktadır. Dolayısıyla gerçeğin tanımı ve bir anlam sistemi olan kimlik, din sayesinde korunarak yüceltilmektedir (Taştan, 1996: 14).

Din, bireysel ve toplumsal kimliğin oluşumunda hiçbir zaman yalnız başına yeterli olmamaktadır. Ancak günümüz toplumlarında yaşanan çeşitli problemler ve kimlik krizlerinden çıkabilmek için dinin desteğine ihtiyaç duyulduğunu söylemek yerinde bir tespit olacaktır. Çünkü din, birey ve toplum açısından, sağlıklı bir kimliğin oluşmasında ve bunun korunup sürdürülmesi noktasında önemli katkılar sağlamaktadır.

Bireysel Kimliğin Oluşumunda Dinin Rolü

Dinin işlevlerinden birisi de toplumun düzenini sağlamak amacıyla birtakım kurallar ortaya koymasıdır. Bu doğrultuda her din, o toplumun bireylerine yaşamlarında karşılaştıkları olaylar karşısında ne şekilde yaklaşım sergileyeceklerine dair çeşitli davranış tarzları sunmaktadır. Bunun yanında dinin toplumsal yapıyı kültürel özelliklerine göre düzenleme ve değiştirme işlevi de bulunmaktadır. Din, o toplumda hâkim olan kutsal ve gelenekselleşmiş değerlerin korunmasında etkin bir konumda iken diğer taraftan toplumsal yapının bazı kurum ve oluşumlarını da etkisi altına alarak gerçekleştirecek değişimi olumlu yönde etkilemektedir.

Din, dünyayı anlamlandırma görevini üstlenmekte, kişileri ve grupları belli bir aidiyet içine alarak kimliklendirmektedir. Bireyler birtakım anlamlarla kuşatılmakta ve kendilerini tanımlama konusunda bazı referanslara ihtiyaç duymaktadırlar. Bu anlamda kişilerin aidiyet gereksinimlerini karşılayan faktörlerden birisi olan din, bireysel kimliğin inşasında etkin bir konumdadır (Özdil, 2017: 394).

Bireyler dini kimliklerini çoğunlukla ilk olarak aile içerisinde kazanmaktadırlar. Bunun yanında ailenin herhangi bir etkisi olmadan, özel bir çaba ve araştırma aşamasından sonra dinsel bir kimlik edinenlerin sayısı çok fazla değildir. Bundan dolayı dini kimliklerini aile içinde kazanan birçok insan bir din seçmez ve doğal olarak bir dinin içine doğmuş olur. Sonradan oluşturdukları toplumsal kimliklerinin birçok bileşenini öğrendikleri gibi dinlerini de öğrenmektedirler. Böylece bireyler, sosyal kimliklerinin bir parçası olan dini öğrendiği şekliyle takip etmektedirler.

Çocuğun kişiliği şekillenirken en fazla etkili olan kurum ailedir. Nitekim bireyin doğup büyüdüğü, sosyal hayata hazırlandığı ve genel olarak şekillendiği yer aile ortamıdır. Çocuk ilk sosyal deneyimlerini aile içerisinde kazanmakta ve birçok konuda anne ve babasını model almaktadır. Dolayısıyla bireyin anne ve babasıyla aynı dini benimsemesi kaçınılmazdır.

Dinin sosyalleşme aşamasında öğrenildiğini, bireye daha çok aile ve çevre tarafından verildiğini belirten Phil Zuckerman, bu tespiti kendisinden bir örnek vererek desteklemiştir. Üçüncü sınıf öğrencisi iken tüm sınıf arkadaşlarının anne babalarıyla aynı dini paylaştıklarını fark etmiştir. Dolayısıyla Yahudi çocukların Yahudi anne babaya, Protestan çocukların Protestan anne babaya, Katolik çocukların ise Katolik anne ve babaya sahip olduğunu, öte yandan dindar olmayıp bir dine mensup olmayan çocukların da aynı özelliklere sahip anne babaya sahip olduklarını ifade etmiştir (Zuckerman, 2006: 87).

Din, bireylere yaşadıkları dünyayı anlama ve anlam verme duygusu kazandırır. Bireyler, toplumsal yaşamda karşılaştıkları her tür durum için inanmış

oldukları dinden bir destek alırlar. Dolayısıyla toplumdaki her birey, bulunduğu konumu ve statüsünü anlamlandırır ve yaşadığı hüznü ve sevinci de zihninde bir yere yerleştirir. Örneğin; fakir olan fakirliğini, hasta olan hastalığını, madden güçlü olan da varlığını dini çerçevede izah ederek hem ruhen hem de sosyal ilişkilerinde rahat hisseder (Okumuş, 2003: 80).

İnsanlar, kişisel kimliklerini edinirken kendisini tanıma ve tanımlama imkânına sahiptir. Bu anlamda birey, bilhassa farklılık unsurundan harekete geçen ve başkası olarak algıladığı insanlardan ayrı bir şekilde farklı bir kimliğe ulaşma çabasıdadır (Sarıbay, 1997: 239).

Birey kimlik bunalımına girdiğinde toplumun kendisinden beklediği rolü benimseyemeyip yerine getirememektedir. Bu durumda sosyal olarak yalnızlaşmakta ve yaşamında aşırılık, isyan ve birçok şeyi reddetme gibi tutum ve davranışlarda bulunabilmektedir (Hakan, 1995: 147). Bireyler yaşadıkları toplumda kim oldukları sorusunun cevabını veremedikleri, kişilik oluşumunu gerçekleştiremedikleri ve toplumla etkileşimde bulunamadıkları durumlarda kendilerini boşlukta hissetmektedirler. Yaşadıkları bu boşluk durumu; davranış, düşünce, ahlak ve dünya görüşleri üzerinde olumsuz etkiler bırakarak bireyin kimlik krizine ve beraberinde bunalıma girmesine sebep olacaktır. İşte bu noktada din, kimlik kazandırma ve kimliklendirme fonksiyonuyla tüm bu olumsuzlukları bertaraf edebilme gücüne sahiptir (Okumuş, 2003: 77-80).

Buradan yola çıkarak, bireyler akıllarını ve özgür iradelerini kullanarak iyiyi ve doğruyu bulmanın yanında sorumluluklarının da bilincine varmaktadırlar. İnandığı dinin gerektirdiği şekilde düşünce ve davranışlarını şekillendiren birey, anlam arayışına da yanıt bularak kimliğinin oluşumuna katkı sağlamaktadır. Dinin etkisiyle kazanılan kimlik; bireyin hayatına sadece anlam vermekle kalmaz, aynı zamanda, kararlı bir kişilik inşa etmesinde ve sosyal ilişkilerde gerekli tavırları sergilemesinde önemli rol oynar. Bu durumda; kimlik bütünlüğüne olumlu katkısı olan dini inançlar bireyleri kimlik kargaşasından korumakta ve kimlik bunalımına girmelerine engel olmaktadır.

Örneğin, bazı mineraller insan vücudu için bir ihtiyaçtır ve bu ihtiyaçların karşılanmaması durumunda birtakım hastalıklar meydana gelmektedir. Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisinde yer alan güvenlik ihtiyacında, bireyin kendini bir gruba ait hissetmesi güvende hissetmesine katkı sağlamaktadır. Ancak bu ihtiyacın karşılanamaması durumunda birtakım ruhsal rahatsızlıkların ortaya çıkması kaçınılmazdır (Kuşat, 2003: 50).

Din; bireyin ahlaki ve manevi yaşantısına, diğer insanlarla olan ilişkilerine ve toplum düzenine sağladığı birtakım kurallar aracılığıyla bireylerin ve toplumların refah huzur ve mutluluk içerisinde yaşamalarına imkân sağlar (Pazarlı, 1968: 35). Bu anlamda din, insanların diğer insanlarla ilişkilerinde bir yol gösterici işlevi

görmektedir. Nitekim bir toplumda olması gereken; yardımlaşma, iyilik, hoşgörü gibi bazı değerlerin yaşanmasında kılavuz işlevi gören din, toplumun gelişimine ve sağlıklı ilişkiler kurulmasına da ayrıca katkı sağlamaktadır. Din, kültürün ve kimliğin oluşmasında ana etkenlerden birisi olması sebebiyle bireyde ve toplumda dinin şifrelerini okumak mümkündür.

Dini kimlik, kişinin geçmişini ve geleceğini açıklama gayreti içerisinde olan dini zihniyet bağlamında oluşmaktadır. Bağımsız olarak nesnel bir özelliği olan dini zihniyet, kişi için hayata yönelik tutarlı bir bütünlük oluşturmaktadır (Luckmann, 2003: 64-65). Dini zihniyet gerçek hayatı algılamada yalnızca dine değil, dinin dışındaki faktörlere de yaklaşımı biçimlendirir. Bir dine ait düşünce o dine bağlı olanlarca paylaşıp yayılmakta ve bireyleri etkisi altına almaktadır. Bu kapsamda hayata bakışı biçimlenen bireyin tutum ve davranışları dini inancı etkisinde şekillenmektedir (Freyer, 1964: 71).

Din, insanların hayatlarını anlamlandırma, biçimlendirme ve sorumluluk bilinci kazandırma açısından oldukça önemli görevler üstlenmektedir. Çünkü din, inananların hayatlarını derinden etkilemekte, davranışlarını şekillendirmekte ve bir bütün olarak yaşamlarına katkı sağlamaktadır. Öte yandan bu şartlar dâhilinde dini kimlik bireyin, aynı dine inanan gruba ait oluşuyla da kendini göstermektedir. Nitekim dinin sosyal işlevlerinden biri olan kimlik ve aidiyet bilinci, bireyin çevresindeki insanlarla birlikte bir ve beraber olma düşüncesini kazandırmaktadır. Din, bireyin kim olduğunu açıklayan şeyi tanımlayarak bireyin toplumda benliğine uygun olan bir anlamlar sistemi olarak işlev görmektedir.

İnsan kimliğinin oluşumunda etkili olan; sosyo-kültürel, ekonomik, politik ve manevi olarak dört temel unsurdan bahseden Erikson, bu unsurların insanların psikolojisinde ve güdülenmeleri konusunda çok önemli rol oynadıklarını vurgulamıştır. Erikson'a göre bir toplumun veya grubun üyesi açısından bu unsurlardan birinin olmayışı bir problem anlamına gelmekte ve aynı zamanda bireyin bulunduğu toplumun ya da grubun üyesi olmasının önünü tıkamaktadır (Kuşat, 2003: 48).

Manevi unsurların kapsamı içerisinde olan dinin, bireyin kimlik oluşumunda önemli bir rolü bulunmaktadır. Nitekim din insanın; insanla, toplumla ve yaratıcısıyla arasındaki sağlıklı ilişkileri düzenleyen birtakım ilkelere sahiptir. Bu ilkeler sayesinde bireyler hem maddi hem de manevi olarak çeşitli ihtiyaçlarını gidermektedirler. Dolayısıyla kimliğimizi oluşturan faktörler arasında biyolojik temele dayanan içgüdü, dürtü, arzu ve isteklerin yanında din ve ahlaki kurallar gibi toplumsal düzen ve bireyin psikolojisiyle yakından ilgili olan değerler yer almaktadır.

Dinin bireye sunduğu kimlik hem sürekli hem de evrensel bir özellik taşımaktadır. Din sayesinde birey, bir taraftan bu dünyadaki hayatını

anlamlandırır diğer taraftan öldükten sonra gideceği dünyaya hazırlanır. Dolayısıyla İslâmi bir kimlik, bireyin yaratılışı öncesinde başlayarak, bu dünya hayatını kuşatmakta ve ahiret hayatına kadar devam eden bir çizgiyi takip etmektedir (Alperen, 2008: 65). Duygu ve düşünce anlamında bireyi olgunlaştıran din, yaşamın her alanında tutum ve davranış geliştirme konusunda yol göstericidir. Din, bireyin kendisi olduğunun farkına varmasına, kimliğinin gerektirdiği tüm sorumluluğu üstlenmesine, topluma uygun davranışlar sergilemesine ve hayatını bilinçli olarak yaşamasına yardımcı olmaktadır.

Dinin sağladığı aidiyet hissi ve metafizik boyutu bireyin dünyaya tutunma imkânını sağlayan ve boşlukta amaçsızca yaşamasını önleyen bir inançtır (Türkkan, 2011: 42). Din bireyin kimlik kazanma aşamasında; manevi olarak ihtiyaçlarının karşılanması yanı sıra bir gruba aidiyetlik düşüncesi, güvende olma hissi ve sosyal yaşamda yalnızlıktan korunma gibi psikolojik ve sosyal açılardan da faydalar sağlamaktadır. Ayrıca insanların kimliğini oluşturma aşamasında karşı karşıya kaldığı problemlerin çözümünde yardımcı olur. Bireye bir taraftan güven duygusu ve hayat görüşü kazandırırken, diğer taraftan, “ben kimim” gibi varoluşsal soruların cevabını vererek bireyin kimlik kazanma sürecine katkıda bulunmaktadır. Bireyler toplumsal çevrelerinde yaygın olan dini pratikte yaşamasalar bile, o dine ait değerlerle kendilerini özdeşleştirerek kendilerini tanımlamaktadırlar. Özellikle yabancı bir toplumda olan bireyler açısından din, kimliğin tanımlanması noktasında da önemli bir yere sahiptir (Küçükcan, 2004: 253).

Kimliğin oluşum sürecinde etken bir faktör olan dinin, kimliğin sağlıklı işlenmesi ve korunması aşamasında da önemli bir rolü bulunmaktadır. Bireyin sahip olduğu kimliğini sağlıklı bir şekilde sürdürmesi, kimlik bunalımı ya da kimlik karmaşasına girmesini engellemektedir. Dolayısıyla din, istikrarlı ve doğru bir birey kimliğinin oluşumuna etki etmekte ve sosyal ilişkilerin sağlıklı bir şekilde gerçekleşmesine katkı sağlamaktadır. Bireyin kimlik bunalımına girmesini engelleyici bir işlevi olan dinin; aynı zamanda bireyin benliğinin oluşumuna ve iç dünyasıyla barışık olmasına etkisi bulunmaktadır.

Bu durumda bireyin içerisinde bulunduğu olumsuz koşullar karşısında kimlik krizine girmesini engelleyecek olan faktör dindir. Nitekim din, kimlik krizinin çözümünde bir adrestir ve aynı zamanda bireye güven duygusu kazandırmaktadır (Onat, 2006: 125). Bireydeki dini his ve düşüncelerin gelişimini ve bu durumun bireysel kimliğe etkilerini inceleyen alan olan din psikolojisinin çıkış noktası insandır. Bu anlamda bireyin kutsal olana veya yaratıcısına sığınışını, onunla derinden bir bağ kuruşunu, içtenlikle bağlandığı dini inancın oluşumunu ve bireyin kişiliğini etkileyerek şekillendirmesi gibi açılardan etkisini incelemektedir. G. Allport din olgusunun kişilik üzerindeki etkisini farklı bir

bakış açısıyla ifade etmektedir. Allport'a göre bireyin kişiliğinde din, etkileyici olduğu kadar aydınlatıcı bir ışık gibidir (Oates, 1973: 60). Buradan hareketle insanlar, din ile gerçek yaşamlarında karşılaştığı sorunlar karşısında teselli bulmakta ve inançları sayesinde kendilerini güvende hissetmektedirler. Dolayısıyla din; haksızlık, zulüm gibi hayatın olumsuz gerçekleri karşısında birey için bir sığınak işlevi görmektedir ve böylece dinin anlam ve etkinliği birey için daha fazla artmaktadır.

Toplumsal Kimliğin Oluşumunda Dinin Rolü

Din, bir taraftan sosyal olgular üzerinde etkiliyken, diğer taraftan kendisi de sosyal bir olgu olarak toplumsal yaşamda yer edinmektedir ve bu durum onun toplumdaki sosyal olgu ve kurumlarla bağlantısını gündeme getirmektedir (Arslantürk, 2001: 148-149). Dinin bireyleri birleştirici, bütünleştirici ve sosyal ahengi sağlama gibi işlevleri yanı sıra çeşitli sebeplerle bireyleri birbirinden ayıran bir yönü de bulunmaktadır. Kimi zaman mensupları arasında yorum farklılığı ve birtakım itirazlar nedeniyle gruplar arasında kopuş yaşanmakta ve bu durum dinin birleştirici işlevini gölgede bırakmaktadır (Günay, 1986: 179-184). Aslında burada bölünmeye sebep olan konu din değil bireylerin dini yorumlayışları ve bu doğrultuda bir anlayış benimsemeleridir. Tarihte bazı savaşların çıkma sebebinin dini inançlardan kaynaklandığı ve dolayısıyla dinin ayırıcı bir özelliğe sahip olduğu iddia edilse de bu gerçeğe örtüşmemektedir zira din bireyleri birleştirici ve bütünleştirici bir karakteristiğe sahiptir.

Dinin sosyal işlevlerinden biri de bireylerin tutum ve davranışlarını şekillendirme ve bu doğrultuda bir zihniyet kazandırmaktır. Bu bağlamda bir toplumsal grup üyelerinin aynı amaç doğrultusunda benzer tutum ve davranış sergilemeleri dinin sosyal kimlik üzerindeki etkilerinin işaretidir.

Bu bağlamda dinin toplumda sosyal birleşme ve bütünleştirme konusunda üstlendiği işlevler bazı sosyologlar tarafından yaklaşık aynı doğrultuda ele alınmıştır. Örneğin Durkheim'a göre din sosyal hayatta yapılan düzenlemelere meşruiyet kazandırma işlevi görmektedir. Bu düşünceye göre din bireyleri bütünleştirme işlevi yanı sıra toplumsal kurumların bir düzen içerisinde işlemesine de katkı sağlamaktadır. T. Parsons'a göre ise dinin öncelikli görevi toplumda düzeni sağlama ve bireylerin sosyo-kültürel değerlere bağlılığını tam bir dengede tutmak olmalıdır. Ancak tona göre toplumsal yaşamda böyle bir bütünleşmenin sağlanabilmesi için ortak değerlerin sistemleşmiş olması gerekmektedir. Wach'a göre ise din, bir toplumsal yaşamda yayılıp yerleşmeye başladığında o toplumdaki inançlar, değerler, kural ve kurumlar tutum ve davranış modelleri vasıtasıyla hayat bulmaktadırlar. Bu şekilde din tüm bireylerin

sosyo-kültürel olarak bütünleşmeleri konusunda işlevini yerine getirebilmektedir (Günay, 1986: 312-314).

Durkheim sosyolojisinde toplumsal olgular yapıları gereği ahlaki değerler üzerine kuruludur. Durkheim'a göre bireyler arasındaki dayanışma ve bağlılık gibi ahlaki unsurlar olmadığında toplumun tam olarak entegre olduğu söylenemez. Bireylerin hangi ahlaki faktörler etrafında birleşeceği ise toplumsal koşullar tarafından belirlenir. Bu koşullar değiştiğinde ise toplumun ahlaki önceliklerinin de değişmesi muhtemeldir. Dolayısıyla ona göre toplumlar dayanışma ve inanç ortaklığı temelinde bir ahlaki birlikteliğe sahiptir (Durkheim, 2006: 269). Durkheim için din aynı zamanda toplumsallık anlamına gelmektedir. Dolayısıyla ona göre toplumlar tüm bireylerin uyması gereken gelenekselleşmiş inanç ve pratiklerden oluşmaktadır (Durkheim, 1986: 145). Aynı dine mensup olan insanlar bir araya gelerek toplu bir şekilde ibadet ettiklerinde bir taraftan huzur bulmakta diğer taraftan sosyal olarak etkileşimde bulunmaktadırlar. Bu insanlar aynı zamanda sosyal yaşamlarında karşı karşıya kaldıkları her türlü durumda inançlarının gerektirdiği tutum ve davranış içerisinde bulunmaktadırlar.

Weber'e göre (1997) din ve kültür arasında oldukça güçlü bir bağ vardır ve bunları birbirinden uzaklaştırmak da oldukça güçtür. Dolayısıyla ahlaki ve dini değerlerin sosyo-kültürel hayatta etkileri görülmekte ve böylece bu iki unsur kültürel değişimin hâkim unsuru olabilmektedirler. Nitekim kapitalizmin ortaya çıkışında etkili olduğu gibi sosyal, kültürel ve ekonomik değişikliklerde ve çeşitli değerlerin oluşmasında da temel etken olmaktadır.

Din, yapılması gerekenlerin yerine getirilmesi temeline dayalıdır ve aynı zamanda sosyal örgütlenme ve dayanışmayı güçlendirici bir etkiye sahiptir. Aynı toplumda yaşayan ve ortak bir inanca sahip olan bireyler dinin sağladığı ortak değerleri paylaşmakta ve dinin birleştirici etkisinden faydalanmaktadırlar. Daha açık bir ifadeyle bu paylaşım onları dayanışma ve birliktelik anlayışına yöneltmektedir (Taplamacıoğlu, 1983: 193).

Tüm toplumların bireyleri etkisi altına alıp, bir araya getiren inanç sistemleri bulunmaktadır (Freyer, 1964: 32). İş bölümü ve toplumsal farklılığın yoğunluğundan dolayı birbirinden bağımsızlaşp kopuk yaşayan toplumlarda din, önemli bir amaca hizmet ederek toplumun birleşmesi bütünleşmesinde olumlu bir faktör olmaktadır. Gerek gruplaşmayla oluşan topluluğun gerekse dini ibadet ve törenlerle bir araya gelen bireylerin oluşturduğu cemaatin toplumsal birlikteliğin oluşmasında son derece önemli bir yeri vardır (Günay, 1986: 200-202).

Bir toplumsal yapı içerisinde insanları bir gaye etrafında bir araya getirerek kaynaşmalarını sağlayan çeşitli inançlar, kurallar ve değerler mevcuttur. Bireyleri topluma entegre eden din, sosyolojinin de merkezi konularından biri olan sosyal bütünleşmenin unsurlarından biridir. Din burada toplumda aynı ideallere sahip

bireyleri birleştirici etkisiyle karşımıza çıkmaktadır. Dolayısıyla din, sosyal bütünleşmeyi gerçekleştirmede anahtar bir role sahiptir ve aynı zamanda sosyal yaşamın düzenini koruyan, bireylerarası ilişkileri kolaylaştıran kültürel bir unsurdur. Bu bağlamda İslam dininin sosyal birleştirici gücü ortaya çıktığı ilk dönemlerinde kendini göstermiştir. Peygamber efendimiz (sav) hayattayken, insanları din kardeşliği ve dini idealler çerçevesinde bir araya getirme konusunda önder olmuş ve böylece dinin bu birlikteliği sağlamadaki önemini ortaya koymuştur.

Din, kimliğin oluşum aşamasında yegâne belirleyici olmamakla beraber, diğer faktörlerle beraber tamamlayıcı bir fonksiyon olarak görev yapmaktadır. Nitekim din ve kimlik ilişkisi tarihsel süreç boyunca yaşanan durum ve şartlara göre değişkenlik göstererek kimlik oluşumunda gerekli olan diğer faktörlerle beraber tamamlayıcı işleviyle devreye girmiştir. Aslında dinin kimliği tamamlayıcı işlevi, sosyo-kültüre etkileri, günümüz toplum yapısında da varlığını sürdürmektedir. Görünen o ki günümüz toplumunda yaşanan bireyler arası ayrımlaşma, uzmanlaşma ve bireyselleşme eğilimleri karşısında dinin tamamlayıcı ve bütünleştirici işlevlerinin önemi artmaktadır (Coşkun, 2003: 8).

Tarih boyunca toplumların geçirdiği çeşitli değişimler neticesinde insanlara birçok değer, düşünce ve anlayış kazandırdığı için önemli bir konumda olan din, inananları arasında oldukça önemli bir yere sahiptir. Nitekim din; toplumsal yaşamdaki düzensizlik, çatışma ve birtakım krizlere karşı bütünleşme, düzen ve dayanışma sağlayarak bir taraftan bireysel ilişkileri değer taraftan toplumsal ilişkileri bir bütünlük içerisinde dengede tutar.

Din, insanların hem düşünce dünyasında hem de günlük hayattaki uygulamalarında etkisini olumlu olarak hissettirmektedir. Toplumdaki hızlı değişim sonucunda ortaya çıkan boşluk, belirsizlik ve kaos ortamları toplumda güvensizlik ve tedirginliğe yol açmakta ve böylesi bir ortamda dini faktörlere daha fazla ihtiyaç duyulmaktadır. Dolayısıyla birlik, beraberlik ve düzene ihtiyaç duyulan tüm toplumlarda sosyo-kültürel kimliğin oluşumu ve korunması diğer faktörlere nazaran ön planda olmaktadır. Bireyler, yaşadıkları toplumun dini ve ahlaki değerlerini anlayarak yaşamaları halinde hem kimliklerini sağlıklı bir şekilde inşa etmiş olacak hem de kendileriyle ve toplumla barışık bir şekilde güven içerisinde yaşayabileceklerdir.

Dinin inananları kurtarıcı ve huzur verici etkisinden dolayı geçmişte ve günümüzde birçok devlet, kendilerine ait olan kimliklerini dinsel inançları aracılığıyla ifade etmektedirler. Din, kimliğin oluşumu ve şekillenmesinde önemli bir etkiye sahiptir ve sahip olunan kültürün de bu oluşumda payı vardır. Dolayısıyla din, toplumun ahlak yapısını şekillendirirken bireylerin dünyayı anlamlandırma ihtiyacını da karşılamaktadır. Toplumda inanç paralelinde gelişen

ahlak yapısı bireylerin sosyal hayatlarında birbirleriyle ilişkilerini düzenlemelerine yardımcı olan kurallardır. Aynı zamanda her ahlak ve inanç yapısı bir değer sistemini kapsamakta ve mevcut olan bu inanç ve ahlak yapısı da kültürü şekillendirmektedir (Özakpınar, 2003: 20).

Din ve toplumsal kimlik arasında karşılıklı etkileşim olması sebebiyle din toplumsal yapıyı hem etkilemekte hem de bu yapıdan etkilenmektedir. Dini inançlar ve pratikteki uygulamaları, dünyanın hemen her yerinde farklı şekillerde toplumsal yaşam anlayışını etkilemektedir. Dolayısıyla, din ve toplum ilişkisi incelendiğinde aralarındaki ilişki konusunda söylenebilecek şey her ikisinin de birbirini etkilediğidir.

Toplumsal ve kültürel bir olgu olarak din, farklılaşma değişim ve bütünleşme bağlamında toplumun kimliği ile yakından ilişkilidir. Geleneksel toplumlardan gittikçe karmaşılaşan ve toplumsal ayrışmanın çok fazla olduğu günümüz modern toplumlarına kadar bütün toplumlarda dinin toplumsal kimlik üzerindeki olumlu etkisi hissedilmektedir. Din bir toplumda büyük etkilere sahip olmasına karşın tek başına bir kimlik belirleyicisi ya da kimliğin basit bir fonksiyonu değildir. İnsanın yaşadığı her yerde bulunan din, kültürün şekillenmesi sürecinde de önder bir konumdadır. Daha açık ifadeyle dinin, bir tür paradigma fonksiyonu bulunmakla birlikte asıl kaynağını bireyin varlık yapısında bulmaktadır. Dinin kültürle ve toplumla olan çift yönlü etkileşimi, sosyal bir varlık olma özelliği taşıyan insanı doğrudan etkisi altına almaktadır. Bireylerin din olgusuna karşı geliştirdikleri tutum ve davranışları bu etkinin ancak niteliğini ve düzeyini değiştirmektedir. Bir kültür ortamında bulunan tüm bireyler yaşadıkları toplumun mevcut din anlayışının etkisi içine girmektedir (Türkkan, 2011: 42).

Din insanların zihinsel yapısını oluştururken aynı zamanda toplumun kültürü üzerinde de etkili olmaktadır. Daha açık bir ifadeyle toplumsal yaşamın genel yapısını şekillendiren din, toplumun kültürünü etkileyerek bu doğrultuda şekillenmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Aslında kültürün şekillenmesinde büyük rolü olan dinin aynı zamanda kültürün birçok unsurundan ayrıldığını ve kendine özgü ilahi bir boyutu olduğunu söylemek mümkündür. Dinin fonksiyonlarından biri topluluklara belirli bir anlayış kazandırma ve insanları bir gaye etrafında yaşamalarına katkı sağlamaktır. Şüphesiz din, ftopluma farklı bir bakış açısı kazandırmakta ve böylece sosyo-kültürel yapı bu anlayışa göre şekillenmektedir.

Geleneksel dönemde toplumda egemen olan din modern dönemde yaşanan gelişmelerin etkisiyle etkinliğini yitirmeye başlamıştır. Modern dönemle birlikte bireyin yaşantısından kutsalın ve ilahi gücün otoritesi çıkarılarak onun yerine bireyin kendi iradesiyle gerçekleştirdiği düzen ve kurumlar getirilmiştir. Bu durum dini arka plana alan seküler bir anlayışı ortaya çıkarmıştır. Geçmiş

dönemlerin ve kültürlerin adeta bir kalıntısı gibi görülen din ve dini yapılar, modern dönemle birlikte devlet kurumlarının kontrolü altına alınmaya başlamıştır. Kurulması gerçekleştirilen ulus-devletlerin dini bir taraftan kısıtlaması bir taraftan da kontrolü altına almasının iki önemli amacı bulunmaktadır. Bu amaçlardan biri devletin ve toplum üzerinde etkili olan dini otoritenin zayıflatılarak bireylerin kendi hür iradeleri ile davranmalarının önünü açmaktır. Bir diğer amaç ise, ulus-devletin hayata geçirmek istediği ortak kültüre sahip türdeş bir millet düşüncesine, etnik ve dini kurumların kısıtlayıcı birer unsur olmalarıdır (Uğurlu, 2010: 409). Aslında dinin modernleşmenin önünde bir engel olarak görülmesi ve bu sebeple sosyal ve siyasal hayattan çıkarılması düşüncesine karşın günümüzde din hala hem bireysel hem de toplumsal kimlik krizinin atlatılmasında belirleyici bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır.

Kültürün maddi ve manevi yapısı yaşanan dinin etkisinde şekillendiği için bireyler de kendilerine ait kimlik sembollerini bu unsurlardan hareketle üretmektedirler. Örneğin Hristiyanların kilise, Müslümanların ise Cami ile tanımlanmasının sebebi bu tarz bir algıdan kaynaklanmaktadır. Türklerin İslam dinini kabul etmesiyle birlikte siyasal ve sosyal kimlikleri ağırlıklı olarak İslam dininin etkisinde biçimlenmiş, masal hikâye ve destanlar gibi kültürel unsurları da aynı doğrultuda şekillenmiştir (Uğurlu, 2010: 409).

Dinin toplumsal işlevlerinden birisi de sosyal yaşamdaki kurallar sistemini yapılandırıcı ve düzenleyici özelliğidir. Bu anlamda din sahip olduğu niteliğiyle toplumda oluşabilecek birçok problemi çözme niteliğine sahiptir. Din sayesinde değerler toplumda kabul görür, pekişir ve böylece bireyler arasında dayanışmaya dayalı etkileşimler ortaya çıkar. Nitekim inanç, ve ahlaki değerler bireyler arasında ortak bir anlayışın gelişmesine katkı sağlayarak çatışma kültürünün oluşmasını engeller. Bireylerin çabalarıyla oluşturulan bu olumlu atmosfer toplumsal yaşam anlayışına da farklı bir değer katar.

Bireysel ve toplumsal kimliğin inşasında tamamlayıcı bir unsur olması yanı sıra bir sosyal bütünleşme aracı olarak önemli bir işlevi yerine getiren dinin gerek bireysel gerekse toplum üzerindeki belirleyici etkisi geçmişten günümüze geçerliliğini sürdürmektedir. Toplumda yaşanan kimi gelişmeler birtakım değerlerin de değişimine sebep olmakta ve dinin insanlar üzerindeki etkinliği bahsi geçen sebeplerden dolayı kısmen azalabilmektedir. Bunlardan belki de en önemlisi modernizmin getirdiği birtakım yeniliklerdir ve bu yeniliklerle birlikte din geçmişte sahip olduğu ağırlığını yitirmiş yerini maddi değerlere bırakmıştır. Ancak modern dönemin sağladığı maddi olanaklar insanları tam anlamıyla mutlu etme konusunda başarılı olamamış problemlere çözüm getirememiştir. Zira modernizm maddi değerleri yüceltirken manevi değerleri arka plana almıştır. Bu durum ise kaygı, stres ve çeşitli sıkıntıların ortaya çıkmasına sebep olmuş ve

bireyler karşı karşıya kaldıkları bu problemler nedeniyle kendilerini bir arayış içerisinde bulmuşlardır. İşte bu noktada bireylerin iç dünyalarını etkisi altına alan ve hayatlarını anlamlandıran din olgusu devreye girmektedir.

Sonuç ve Öneriler

Bireyi diğerlerinden ayıran; cinsiyet, din, dil gibi unsurları içeren kimlik, bireyin duygularına ve bilincine etki ederek bir anlam kaynağı olmaktadır. İnsanların yaşamlarına anlam katan kimliğin bileşenleri birbirinden bağımsız olmamakla birlikte büyük bir denge ve ahenk içerisindedir. Söz konusu bu unsurlardan bir tanesi dahi değişime uğrasa, bireyin duygu ve düşünceleri yanı sıra kendisini algılayışı da farklılaşacaktır.

Din ve kimlik bağlantısı incelendiğinde; dinin toplumsal ve kültürel kimlik yapısının şekillenmesinde önemli rol oynadığını görmek mümkündür. Bir milleti inşa eden değerler arasında inanç, birlik ve beraberlik gibi unsurlar son derece önemli faktörlerdir. Dolayısıyla din; bir milletin benliğinin inşasında, korunmasında, medeniyete motive olmasında ve tüm bunların sürekliliğinde oldukça önemli bir rol üstlenmektedir.

Geleneksel dönemden modern toplumlara kadar din, bireysel ve toplumsal kimliğin inşasında önemli bir yere sahiptir. Kimliğin inşasında olduğu kadar kimliğin korunmasında da roller üstlenen din, bireylere bir tür değerler hiyerarşisi ve anlam dünyası sunmakta ve bunun yanında bir referans noktası sağlamaktadır. Doğru anlamlandırıldığında ise bireyleri olması muhtemel kimlik karmaşasından, kimlik krizinden ve kimlik bunalımından da korumaktadır.

Modernleşmeyle birlikte ortaya çıkan yeni hayat tarzları karşısında aradığını bulamayan bireyler din temeline doğru bir arayış içerisine girmişlerdir. Bunun yanında modern hayatın etkisiyle dağılan kimlik yapıları dinin ışığında bir bütünleşme arayışı içerisine girmiştir. Zira bilimsel, kültürel ve endüstriyel alanlarda yapılan maddi yenilikler ruhsal ihtiyaçlara cevap veremediği için bu durumdan mustarip olan insanlar manevi değerlere yönelmiştir.

Bir toplumun kimliğini geliştirme ve koruması noktasında öncelikli unsurlardan biri de dindir. Günümüz toplumunda yaşanan kültürel yabancılaşma ve beraberinde ortaya çıkan yozlaşma birçok alanda karşı karşıya kalabildiğimiz bir durumdur. Tüm bireyler olarak görevlerimiz arasında toplumsal varlığımızı ve birlikteliğimizi sağlıklı bir şekilde sürdürebilmek olmalıdır. Bunu gerçekleştirmek için yapacağımız öncelikli şey dini inancımızı da içeren sosyo-kültürel değerlerimizi en doğru şekilde kavramak ve bunu da genç nesillere aktarmak olmalıdır.

Kişilik gelişimi için en etkili kurum, toplumun temel yapı taşı olan ailedir. Sağlıklı ve mutlu bir aile yapısının sağlanması ve bu yapı aracılığıyla dini ve

ahlaki değerlerin çocuklara doğru aktarımı geleceğimiz açısından oldukça önemlidir.

Adaletli ve ahlaklı bir toplum yapısı oluşturmak dinin toplumsal düzeydeki öncelikli hedeflerinden birisidir. Ancak insanların toplumsal yaşamda birbirleriyle uyum içerisinde yaşamayı öğrenmelerinin temelinde sağlıklı bir kimlik yapısı yer almaktadır. Kuşkusuz din bireylerin tutum ve davranışlarını şekillendirmekte böylece kimliğin temel belirleyicilerinden biri olmaktadır.

Kaynakça

1. Alperen, A. (2008). Türkiye’de Kimlik Arayışları ve İslam. *Çukurova Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 8(2), 59-80.
2. Arslantürk, Z. (2001). *Sosyoloji*. İstanbul: Çamlıca Yayınları.
3. Berger, P. (1999). "Dini Kurumlar" Toplumbilimi yazıları, A. Çiftçi (Çev.). İzmir: Anadolu Yayınları.
4. Coşkun, A. (2003). Din ve Kimlik. *Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 24(1), 5- 23.
5. Durkheim, E. (1986). *İntihar*. Ö. Ozankaya (Çev.). Ankara: UNESCO Türkiye Milli Komisyonu.
6. Durkheim, E. (2006). Toplumsal İş Bölümü. Ö. Ozankaya (Çev.). İstanbul: Cem Yayınevi.
7. Freyer, H. (1964). *Din Sosyolojisi*. T. Kalpsuz (Çev.). Ankara: Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Yayınları.
8. Günay, Ü. (1986). *Din Sosyolojisi Dersleri*. Kayseri: Erciyes Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Yayınları.
9. Hökelekli, H. (1996). *Din Psikolojisi*. Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları.
10. Kırman, M. A. (2004). *Din Sosyolojisi Terimleri Sözlüğü*. İstanbul: Rağbet Yayınları.
11. Kösemihal, N., Ş. (1971). *Durkheim Sosyolojisi*. İstanbul: Remzi Kitabevi
12. Kuşat, A. (2003). Bir Değerler Sistemi Olarak Kimlik Duygusu ve Atatürk. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15, 45-61.
13. Küçükcan, T. (2004) The Making of Turkish-Muslim Diaspora in Britain: Religious Collective Identify in a Multicultural Public Sphere. *Journal of Muslim Minority Affairs*. 24(2), 243-258.
14. Luckmann, T. (2003). *Görünmeyen Din Modern Toplumlarda Din Problemi*. A. Coşkun-F. Aydın (Çev.). İstanbul: Rağbet Yayınları.
15. Mardin Ş. (2016). *Din ve İdeoloji*. İstanbul: İletişim Yayınları.
16. Musa, M. (2004). *Balkan Müslümanlarında Din-Kimlik Bütünleşmesi*, Doktora Tezi, İstanbul, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü,
17. Necmettin, Y. (2013). *Batı Trakya Türklerinde Din ve Kimlik*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
18. Okumuş, E. (2003). *Toplumsal Değişme ve Din*. İstanbul: İnsan Yayınları.
19. Onat, H. (2006). Küreselleşme Sürecinde kimlik, Din ve Türkiye'nin Bazı Gerçekleri, *Demokrasi Platformu*, 2(5), 117139.

20. Özakpınar, Y. (2003). *İslam Medeniyeti ve Türk Kültürü*. İstanbul: Ötüken Yayınları.
21. Özdi, M. (2017). Kolektif ve Bireysel Kimlik Bağlamında Sosyal Bütünleşme, *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3(28), 383-400.
22. Pazarlı, O. (1968). *Din Psikolojisi*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
23. Roberts, K., A. (1990). *Religion in Sociological Perspective*, California.
24. Smith, A. (1991). *Milli Kimlik*. B. S. Şener (Çev.). İstanbul: İletişim Yayınları.
25. Sarıbay. A. Y. (1997). *Cinsellik, Kutsallık ve Kimlik: Toplumsal Düzenin Bedensel İnşası, Cumhuriyet, Demokrasi ve Kimlik*. İstanbul: Bağlam Yayıncılık.
26. Taplamacıoğlu, M. (1983). *Din Sosyolojisi*. Ankara: Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Yayınları.
27. Taştan, A. V. (1996). *Değişim Sürecinde Kimlik ve Din: Kayseri'den Yurtdışına İşçi Göçü Olayının Kültürel Boyutu*. Kayseri Büyükşehir Belediyesi.
28. Türkkan, Z. (2011). *Kimliğin Oluşumunda ve Korunmasında Dinin Rolü*, (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
29. Uğurlu, S. (2010). *Gelenek ve Kimlik İlişkisi*. (Yayımlanmamış doktora tezi). Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
30. Uysal, V. (1996). *Dini Tutum Davranış ve Şahsiyet Özellikleri*. İstanbul: Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Vakfı Yayınları.
31. Weber, M. (1997). *Protestan Ahlakı ve Kapitalizmin Ruhu*. Z. Ayata (Çev.). Ankara: Ayraç Yayınları.
32. Zuckerman, P. (2006). *Din Sosyolojisine Giriş*. H. Aydınalp (Çev.). Ankara: Birleşik Kitabevi.

64. Bölüm

Sosyal Politika Çalışmalarının Bibliyometrik Haritası: Uluslararası Literatür Üzerine Bir Analiz

Metin BULU¹

¹ Öğr. Gör., Ardahan Üniversitesi, Çıldır Meslek Yüksekokulu, Sosyal Hizmet Bölümü,
metinbulu@ardahan.edu.tr , ORCID: 0000-0003-0635-9914

ÖZET

Bu araştırmanın esas hedefi, sosyal politika konulu çalışmaları Scopus veri tabanı üzerinden bibliyometrik bir bakış açısıyla incelemektir. Bu doğrultuda Scopus veri tabanı üzerinde yapılan arama ile yayın başlığında "social policy*" kelimelerini içeren toplamda 3456 makale tespit edilmiş olup yayınlar bibliyometri yöntemi kullanılarak veriler analiz edilmiştir. Analiz kapsamında, yayınların dağılımına dair genel bilgiler sunulmuş ve VOSviewer aracılığıyla görselleştirilmiştir. Analiz sonuçlarına göre, en çok yayın yapılan yılların 2022 (n=144) ve 2019 (n=135) olduğu, en çok yayın yapılan dillerin İngilizce (n=3052) ve İspanyolca (n=106) olduğu, en çok yayın yapan kurumların sırasıyla "London School of Economics and Political Science" (n=52) ve "University of Oxford" (n=31) olduğu, en çok yayın yapan yazarlar arasında 30 yayın ile Béland, D. ilk sırada yer alırken sırasıyla, Stubbs, P. (n=10) ve Daly, M. (n=9) olduğu, Luthar, S.S., Cicchetti, D. tarafından 2000 yılında yayınlanan "The construct of resilience: Implications for interventions and social policies" isimli yayın 1195 atıf ile en çok atıf alan çalışma olduğu, en çok yayın yapan ülkeler arasında Amerika Birleşik Devletleri (n=784) ilk sırada yer alırken Türkiye ise 24 yayın ile yirmi dokuzuncu sırada yer almaktadır. VOSviewer programı kullanılarak elde edilen sonuçlar, en çok kullanılan anahtar kelimelerin social policy (n=633), welfare state (n=101) ve poverty (n=76) olduğunu göstermektedir. Sonuç olarak, bu çalışma sosyal politika konusunda yapılan yayınların bibliyometrik analizini sunmaktadır. Elde edilen bulgular, sosyal politika araştırmalarının gelişimi ve trendlerinin anlaşılmasına katkıda bulunmaktadır. Bu analiz, sosyal politika araştırmalarında öncelikli konuları ve ilerleyen çalışmalar için potansiyel alanları belirlemek açısından önemli bir kaynak sağlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Politika, Refah Devleti, Yoksulluk

GİRİŞ

Sosyal politika, çoğu insan için yabancı bir konu olabilir, ancak günlük hayatımızı etkiler ve pek çok konuyu içerir, bu nedenle çoğumuzun düşündüğü veya duyduğu bir konudur. Okuduğumuz gazete veya dinlediğimiz radyo istasyonu genellikle sosyal politika ile ilgili konulara temas eder (Hothersall, 2010: 8). Günümüzde sosyal medya akışı içinde, pek çok paylaşım aslında sosyal politika ile ilgilidir. Gündelik yaşamın içinde bunu fark etmesek de sosyal politika hakkında okumalar yaptığımızda, bilinçsizce bu ilişkileri görmeye başlarız. Örneğin, kadına yönelik şiddetle ilgili bir haber veya paylaşım, toplumsal cinsiyet eşitliği konusunda harekete geçilmesi gerektiği düşüncesini uyandırabilir.

Sosyal politikayı anlamak için öncelikle politika kavramının kapsamına bakmak gerekmektedir. Politika, belirli bir amacı gerçekleştirmeye yönelik yapılması gerekenleri yöneten prensiplere atıfta bulunur. Bu kavram, araçlarla birlikte amaçlarla ilgili eylemleri ve değişimi ifade eder: Politika, değişen durumlar, sistemler, uygulamalar ve davranışlar dahil olmak üzere bir dizi konuya odaklanır. Bizi rahatsız eden bir sorunla ilgili olarak ne yapmayı amaçladığımız (amaç), bunu nasıl gerçekleştireceğimiz (araç) ve hangi eylemi gerçekleştireceğimiz (eylem) politika içerisinde yer alan temel unsurlardır. Bu bağlamda, politika öncelikle toplumsal yaşamda meydana gelen değişikliklerle ve bu değişikliklerin nasıl düzenlendiğiyle ilgilidir. Örneğin, çevre koruma politikası atıkların geri dönüşümünü hedefleyebilir ve bu hedef doğrultusunda gerekli düzenlemeler yapılırken geri dönüşümün nasıl uygulanacağı belirlenir (araçlar) (Başer, 2021: 1).

İkinci olarak, politika, çatışmaların ve farklılıkların ifade edildiği, çözüme kavuşturulduğu bir alan olarak görülebilir. Bu bağlamda, "Birlikte nasıl yaşayacağız?" sorusu politikanın temelini oluşturur. Ayrıca, politika, "Kim neyi, ne zaman ve nasıl alır?" sorularının yanıtlarını içeriyorsa, bu tanım politika ile sosyal politika arasındaki kaçınılmaz bağı ortaya koyar. Bir hükümetin genel politika yaklaşımı, sosyal politikaya olan yaklaşımını da etkiler. Modern toplumda, eğitim, istihdam, göç, konut, sağlık ve emeklilik gibi konularda siyasi tartışmaların merkezinde yer alan diyaloglar sıkça gözlemlenir (Başer, 2021: 2). Örneğin, istihdam açısından kimlerin ne zaman ve nasıl emekli olacağı, politika ve özel olarak da sosyal politikanın konusudur. Bu bağlamda, sosyal politika genellikle sosyal refahı veya vatandaşların refahını iyileştirmeyi amaçlayan politikalar olarak anlaşılır. Ayrıca, devletin kaynaklarının ne zaman, nasıl ve hangi dezavantajlı gruplara tahsis edileceği de önemli politika sorunları arasında yer alır. Bir ülkenin üretimi ve elde edilen geliri bir pasta gibi düşünersek, bu pastanın nasıl paylaşılacağı politika ve özellikle sosyal politika konusunu oluşturur.

Yurttaşların genel iyilik hallerinin (well-being) desteklenmesi, sosyal politikanın hem politika hem de araştırma boyutlarının en önemli hedeflerinden biridir. Genel iyilik hali kavramı, sadece fiziksel sağlık değil aynı zamanda yeterli ekonomik duruma sahip olma, stresin olmaması, geleceğe umutla bakabilme gibi tümleyici faktörleri içerir. Bu anlamda, genel iyilik hali, konut yaşamı, sağlık ve beslenme, şehir içi ulaşım, istihdam gibi imkanlarla sıkı bir ilişki içindedir (Başer, 2021: 3). Sosyal politika, genel iyilik haline ulaşma amacını gerçekleştirirken, diğer sosyal bilim alanlarının yöntemlerinden ve anlayışlarından yararlanır. Bu nedenle sosyal politika, hem bağımsız bir akademik disiplin olarak görülebileceği hem de diğer disiplinlerle iş birliği içerisinde gelişen ve onları zenginleştiren bir disiplinlerarası alan olarak kabul edilebilir. Başka bir ifadeyle, sosyal politika ile diğer sosyal bilim dalları arasındaki sınırlar esnek ve geçirgendir; bu nedenle sosyal politika öğrencileri ve uygulayıcıları, diğer disiplinlerde çalışanlarla yakın bir iş birliği içinde olabilirler (Alcock, 2011: 15).

Bilimsel araştırmaların devam etmesi ve ilerlemesi, önceki çalışmaların bir temeli üzerine inşa edilmesiyle gerçekleşir. Bu nedenle, bir bilim alanındaki çalışmaların bütün olarak analiz edilmesi, geçmiş yönelimlerin belirlenmesi ve geleceğe yönelik planların yapılması bilimsel süreçler için önemlidir (Aksöz & Yücel, 2020). Bilimsel çalışmaların bütüncül olarak ele alınabilmesi için, belirli bir bilim alanında yapılan çalışmaların sistematik bir biçimde taranması gerekmektedir. Bu taramalar nitel ve nicel araştırma tekniklerini kullanarak yapılabilir. Bibliyometrik çalışmalar, bilimsel iletişim yöntemlerinin kullanım düzeyini belirlemek amacıyla kullanılır. Bu çalışmalar, yayınların belirli özelliklerini analiz ederek bilimsel iletişimle ilgili bulgular elde etmeyi sağlar. Literatür taramaları ve bibliyometrik analizler, ilgili alanda araştırma yapacak bilim insanlarına rehberlik edebilir ve geleceğe yönelik çalışma planlarına katkıda bulunabilir (Demir & Erigüç, 2018). Bibliyometrik analiz, bir bilim alanında yapılan çalışmaların özelliklerini, trendlerini ve önceliklerini anlamak için kullanışlı bir araçtır. Bu yöntem, belirli yazarların, kurumların ve ülkelerin daha fazla atıf aldığı, hangi konuların popüler olduğu ve hangi çalışmaların daha etkili olduğu gibi konuları analiz ederek araştırmacılara bilgi sağlar. Bu şekilde, araştırmacılar literatürdeki boşlukları belirleyebilir ve gelecekteki araştırmalar için yol haritası çizebilirler (Atabay, Çizel & Ajanovic, 2019).

Bu çalışmada sosyal bilim alanında diğer veri tabanlarına göre daha geniş olduğu kabul görülen veri tabanlarından olan Scopus veri tabanında yapılan arama sonucunda "social policy*" başlıklı yayımlar bibliyometrik analiz yöntemleri kullanılarak incelenmiş ve veriler görselleştirmek amacıyla Vosviewer yazılımı (Van Eck & Waltman, 2017) kullanılmıştır. Bu çalışma, sosyal politika hakkındaki araştırmaların kavramsal çeşitliliğini göstermektedir

ve bu alanda çalışan veya çalışmayı planlayan araştırmacılara mevcut ve gelecekteki araştırma trendlerini anlamalarına yardımcı olmakta ve daha yenilikçi ve yaratıcı araştırma tasarımları geliştirmelerine olanak sağlamaktadır.

YÖNTEM

Bu çalışmada, Sosyal politika başlıklı yayınlar, Scopus veri tabanında yapılan bibliyometrik analiz yöntemiyle incelenmiştir. Bibliyometrik analiz, matematiksel ve istatistiksel teknikleri kullanarak belirli bir konu alanının durumunu ve gelişimini değerlendiren bir araştırma alanıdır. Bu analizde, bibliyometrik grafikler ve haritalar kullanılarak literatür görsel olarak sunulmuştur. Bibliyometrik analiz, bir disiplinin akademik yayınlarını, yazarlarını, atıflarını, anahtar kelimelerini, üretilen ülkeleri, yazarların kurum ilişkilerini, yayın yıllarını ve kaynaklarını gibi verileri gösterir. Bibliyometrik haritalar, bilimsel literatürü görsel olarak temsil etmek için kullanılan sayısal bir stratejidir. Farklı türdeki bibliyometrik haritalar, genel bir bakış açısı sunmak amacıyla belirli bir alandaki veya konudaki bilimsel literatürün yapısını görselleştirir. Bu haritalar, farklı alanlar arasındaki ilişkileri gözlemlemeye, genel akımları izlemeye ve alanda yeni bakış açıları geliştirmeye yardımcı olur. Aynı zamanda, bibliyometrik haritalama, büyük miktardaki literatürü ele almaya, özet bilgiler sağlamaya, farklı çalışmalar arasındaki bağlantıları incelemeye, alanların büyüklüğü hakkında bilgi edinmeye ve bir konu hakkında kapsamlı bilgi sunmaya yönelik olarak da kullanılmaktadır (Demir, Çiftçi & Tüfekçi, 2023).

Elsevier Yayınevi tarafından sunulan en geniş kapsamlı özet ve atıf veri tabanlarından biri olan Scopus, 2004 yılında kurulmuştur. Çeşitli alanları içeren Scopus, fen bilimleri, teknoloji, tıp, sosyal bilimler, sanat ve beşeri bilimler gibi çeşitli yayınları barındırır ve hakemli dergi sayısı bakımından en geniş veri tabanı olarak öne çıkar. İçeriği zaman içinde zenginleştirilmiş ve dünya genelinde 57 milyon yayın, 21,915 dergi ve 5000 yayıncıya ev sahipliği yapmıştır. Scopus, ticari yayınlar, akademik kitaplar, konferans bildirileri ve patentler gibi çeşitli yayın türlerini indeksleyerek yayın çeşitliliğini artırmıştır (Taşkın & ark., 2016). Bibliyometrik analiz için verileri görselleştirmek amacıyla Vosviewer yazılımı (Van Eck & Waltman, 2017) kullanılmıştır.

Bibliyometrik çalışmalar arasında, "sosyal politika" konusunda mevcut durumu ortaya koyan bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu çalışma, 06/08/2023 tarihinde Scopus'ta TITLE ("social policy*") AND (LIMIT-TO (DOCTYPE , "ar")) parametresi kullanılarak yapılan arama sonucunda toplamda 3454 çalışma bulunduğunu göstermektedir. "policy" kelimesinin sonuna " * " koymamızın nedeni policy kelimesinin diğer türevlerinin de aratılmasıdır. Örneğin policies.

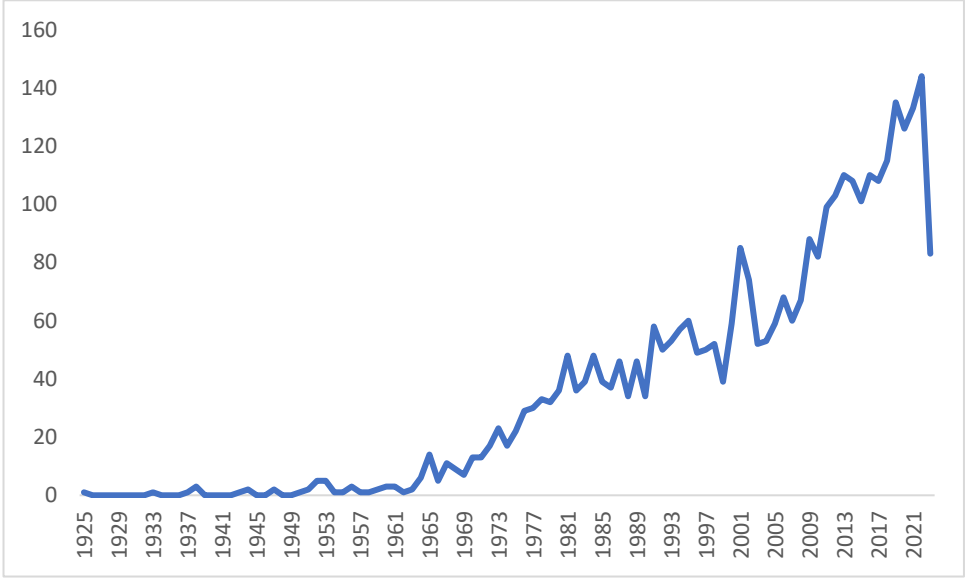
Bu araştırmanın amacı, "Sosyal politika" başlıklı yayınların Scopus veri tabanındaki bibliyometrik karakteristiklerini araştırmak ve bu özelliklere dayalı olarak bir ağ haritası oluşturmaktır. Araştırmada ele alınan sorular şunlardır:

1. Scopus veri tabanında yer alan Sosyal politika başlıklı çalışmaların yıllara göre nasıl bir dağılım göstermektedir?
2. Scopus veri tabanında yer alan Sosyal politika başlıklı çalışmaların yayımlandıkları dillere göre nasıl bir dağılım göstermektedir?
3. Scopus veri tabanında yer alan Sosyal politika başlıklı çalışmaların yayımlandıkları dergiler ve araştırma alanlarına göre nasıl bir dağılım göstermektedir?
4. Scopus veri tabanında yer alan Sosyal politika başlıklı çalışmaların yazarları ve yazarların kurumlarına göre nasıl bir dağılım göstermektedir?
5. Scopus veri tabanında yer alan Sosyal politika başlıklı çalışmaların yayımlandıkları ülkeler ve ülkeler arası iş birliği ağına göre nasıl bir dağılım göstermektedir?
6. Scopus veri tabanında yer alan Sosyal politika başlıklı çalışmaların yıllık atıf sayıları ve yayınlara göre atıflar nasıl bir dağılım göstermektedir?
7. Scopus veri tabanında yer alan Sosyal politika başlıklı çalışmaların anahtar kelime dağılımı, yıllık değişim ve kullanım yoğunluğu haritası nasıl bir dağılım göstermektedir?

BULGULAR

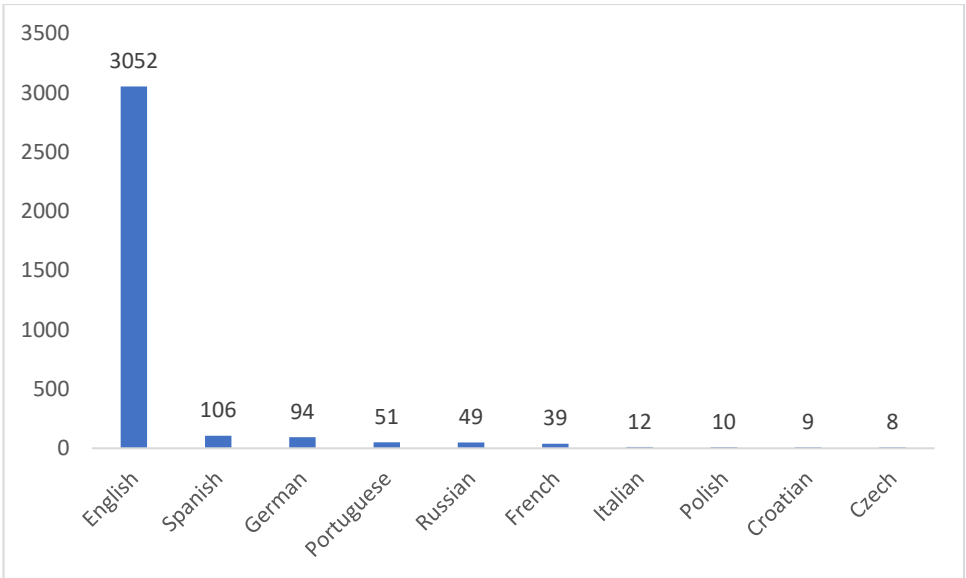
Bu bölümde, araştırmanın soruları göz önünde bulundurularak öncelikle Scopus'un kendi sistemi üzerinden gerçekleştirilen tanımlayıcı analizlere, ardından ise VOSviewer programı ile oluşturulan haritalara ve tespit edilen verilere ilişkin değerlendirmelere yer verilmiştir.

Scopus veri tabanındaki Sosyal politika başlıklı yayınların yıllık sayısal dağılımı grafikte sunulmuştur. Grafik incelendiğinde ilk yayının 1925 yılında olduğu ve en çok yayın yapılan yılların 2022 (n=144), 2019 (n=135) ve 2020 (n=126) olduğu görülmektedir. Veriler incelendiğin makale türünde toplamda 3456 yayın, yıllık ortalama ise 34,9 yayın yapıldığı, 2023 yılının ilk yedi ayında ise 83 yayın yapıldığı görülmektedir.



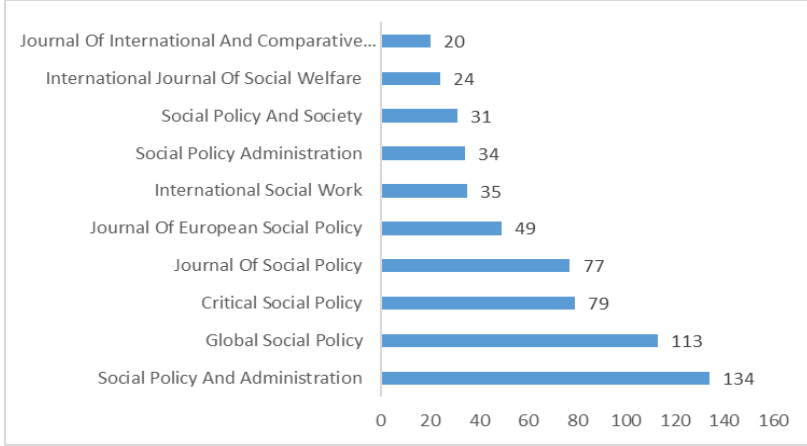
Grafik 1. Sosyal politika başlıklı yayınların yıllara göre dağılımı

Scopus veri tabanı üzerinde, Sosyal politika ile ilgili akademik çalışmaların hangi dillerde yapıldığını belirlemek üzere hazırlanan Grafik 2'den görülebileceği gibi, en yaygın dilin İngilizce olduğu ($n=3052$) görülmektedir. Bu durumun temel nedeni, İngilizcenin dünya çapında bilimsel iletişim dil olarak yaygın olarak kullanılmasıdır. Genel olarak bakıldığında, toplam 33 farklı dilde yayın yapıldığı gözlemlenmiştir.



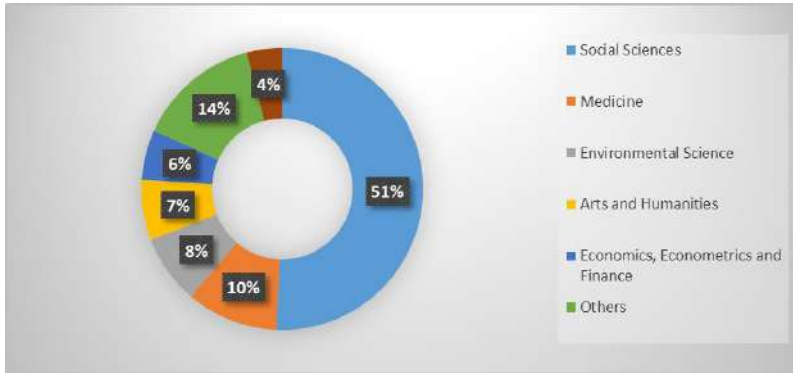
Grafik 2. Yayın diline göre Sosyal politika başlıklı yayınların dağılımı

Scopus veri tabanı üzerinde, Sosyal politika başlıklı yayınların yayımlandıkları kaynaklara göre dağılımını belirlemek için hazırlanan Grafik 3'te, en çok yayın yapılan ilk on kaynağa yer verilmiştir. Bu kaynaklar içerisinde ilk sırada “*Social Policy And Administration*” (n=134) ve “*Global Social Policy*” (n=113) olduğu görülmektedir.



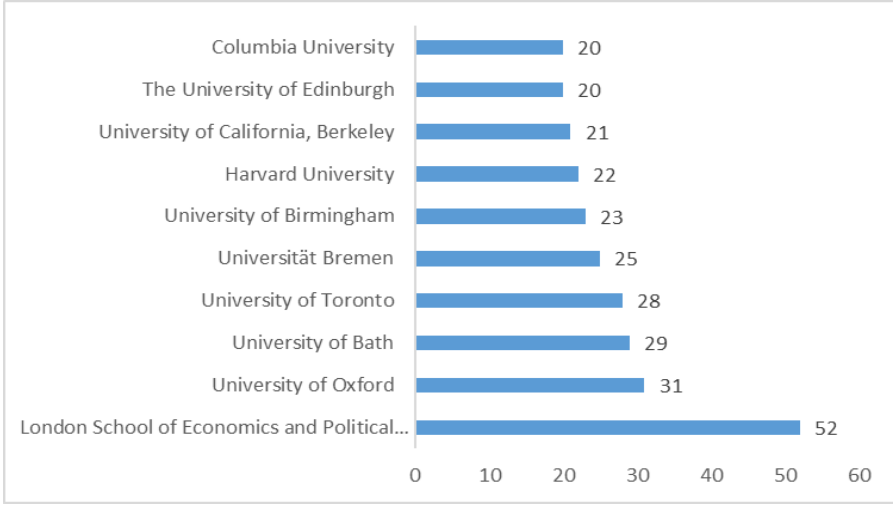
Grafik 3. Sosyal politika başlıklı yayınların yayımlandıkları kaynaklara göre dağılımı

Scopus veri tabanı üzerinde, Sosyal politika başlıklı yayınların hangi alanlarda olduğunu belirlemek için hazırlanan Grafik 4'te, en çok yayın yapılan ilk on alana yer verilmiştir. 28 alan içerisinde ilk sırada “*Social Sciences*” (n=%51) geldiği, ikinci sırada “*Medicine*” (n=%10) olduğu görülmektedir.



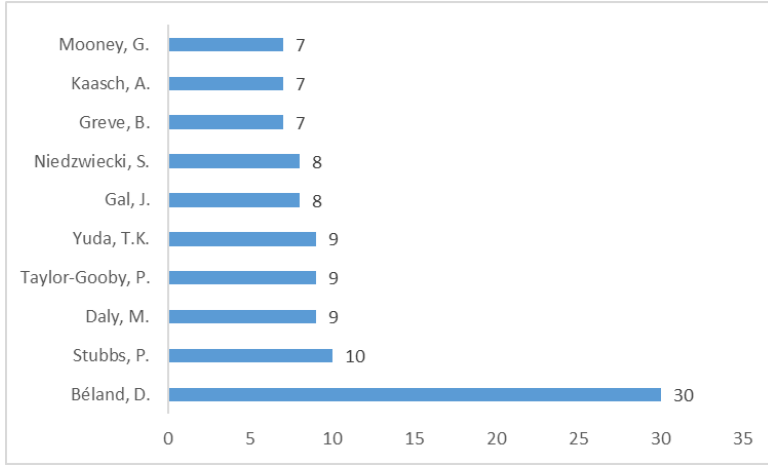
Grafik 4. Sosyal politika başlıklı yayınların araştırma alanlarına göre dağılımı

Scopus veri tabanında Sosyal politika başlıklı yayınların yazarlarının çalıştığı kurumlara göre dağılımı Grafik 5'te sunulmuştur. Grafikte en fazla yayın sayısına sahip ilk 10 kuruma yer verilmiştir. Veriler incelendiğinde en çok yayın yapan yazarların çalıştığı kurumlar arasında “*London School of Economics and Political Science*” (n=52) birinci sırada, “*University of Oxford*” (n=31) ikinci sırada yer almaktadır.



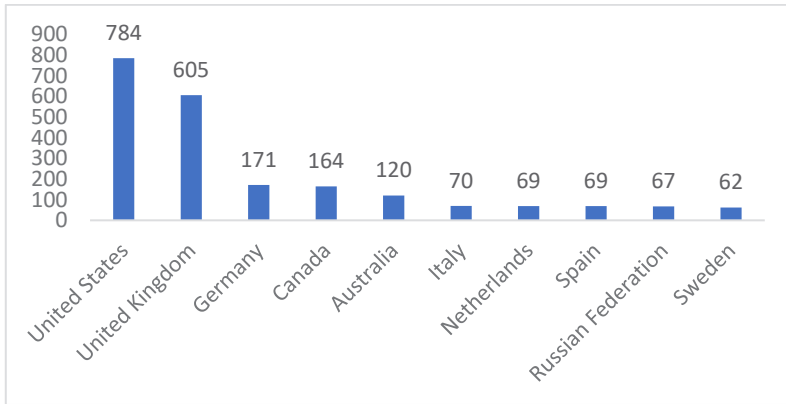
Grafik 5. Sosyal politika başlıklı yayın yazarlarının çalıştığı kurumlara göre dağılımı

Scopus veri tabanında Sosyal politika başlıklı yayınların yazarlarına göre dağılımı, Grafik 6'da gösterilmiştir. Grafikte sadece en yüksek yayın sayısına sahip ilk 10 yazar yer almıştır. Grafikte sunulan verilere göre en fazla yayın yapan yazarlar 30 yayımla Béland, D. birinci sırada yer alırken sırasıyla, Stubbs, P. (n=10) ve Daly, M. (n=9) takip etmektedir.



Grafik 6. Sosyal politika başlıklı yayınların yazarlara göre dağılımı

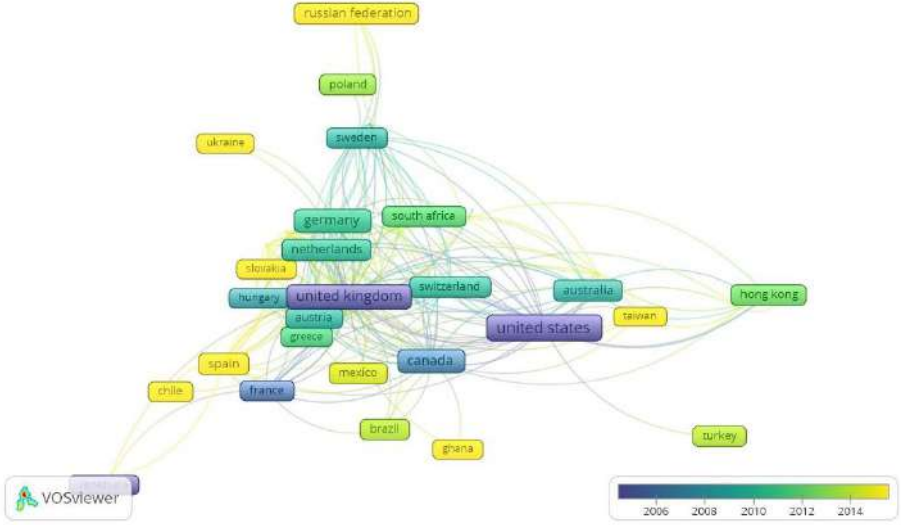
Scopus veri tabanında Sosyal politika başlıklı yayınların ülkelere göre dağılımı Grafik 7’de sunulmuştur. En fazla yayın sayısına sahip ilk 10 ülkenin verilerine yer verilmiştir. Veriler incelendiğinde ülkeler arasında ilk sırada 784 yayın ile Amerika Birleşik Devletleri yer alırken İngiltere 605 yayın ile ikinci sırada yer almaktadır. Veri seti incelendiğinde ülkemiz 24 yayın ile yirmi dokuzuncu sırada yer almaktadır.



Grafik 7. Sosyal politika başlıklı yayınların ülkelere göre dağılımı

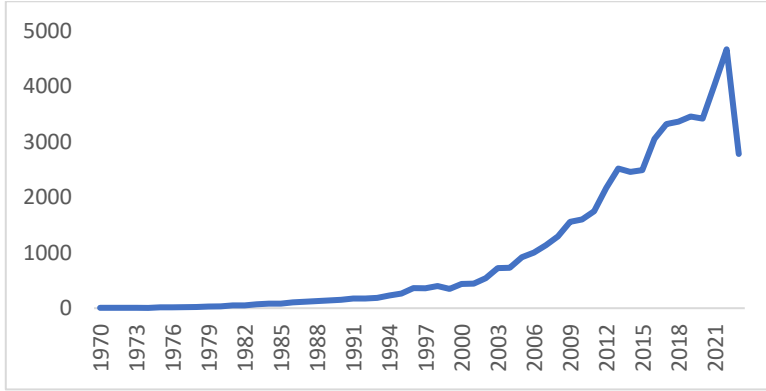
Scopus veri tabanında sosyal politika başlıklı yayınların farklı ülkeler arasındaki iş birliği Şekil 1’de görselleştirilmiştir. Bu görsel, bilimsel iş birliğini göstermek amacıyla Vosviewer programı kullanılarak oluşturulmuştur. Her analiz için seçilen ülkeler düğüm olarak temsil edilirken, düğümlerin büyüklüğü o ülkenin yayın sayısı ile orantılı olarak belirlenir. Düğümler arasındaki uzaklık ve

bağlantı çizgisi kalınlığı ise ülkeler arasındaki iş birliğinin yoğunluğunu ifade eder. Analize en az 5 makaleyle katılan ülkeler dahil edilmiş ve 53 ülke bu kriteri karşılamıştır. Benzer iş birliği profillerine sahip ülkeler gruplandırılarak toplamda 10 gruba ayrılmıştır. Bu gruplar arasında 264 bağlantı çizgisi bulunmaktadır. Şekil 1'den elde edilen bilgiler doğrultusunda, son dönemde sarı renk tonlarına yakın ülkelerin iş birliği yoğunluğunun arttığı, mavi tonlarına yakın olan ülkelerin ise geçmiş yıllarda daha fazla iş birliği yaptığı görülmektedir. Bu renk kodlaması, ülkeler arasındaki iş birliğinin zaman içindeki değişimini yansıtmaktadır. Şekil 1 incelendiğinde, Amerika Birleşik Devletleri ve İngiltere'nin diğer ülkelerle yoğun bir iş birliği içerisinde olduğu göze çarpmaktadır. Ayrıca İspanya, Rusya Federasyonu ve Tayvan'ın da yakın tarihli yayınlarda daha fazla iş birliği yaptığı görülmektedir."



Şekil 1. Sosyal politika başlıklı yayınların ülkeler arası iş birliği ağı

Scopus veri tabanında Sosyal politika başlıklı yayınların yıllara göre atıf sayılarına göre dağılımı Grafik 8'de sunulmuştur. Veri seti incelendiğinde bu akademik yayınların ilk atıf verilerinin 1970 yılına dayandığı ve 1970'ten itibaren yıllar geçtikçe atıf sayısının arttığı grafikte açıkça görülmüştür. Toplam atıf sayısının 53457 olduğu, yıllık ortalama atıf sayısının ise 989 olduğu ve 2022 yılında 4663 atıf ile en yüksek atıf sayısına ulaşılmıştır.



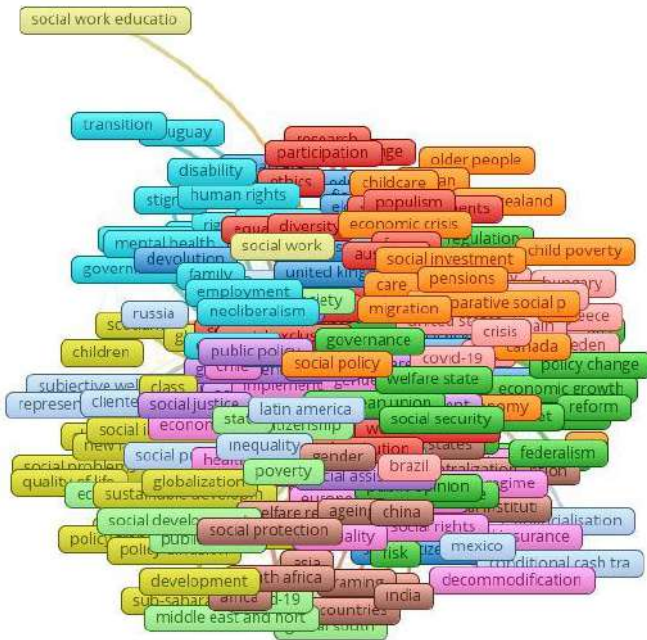
Grafik 8. Sosyal politika başlıklı yayınların yıllık atıf sayılarına göre dağılımı

Tablo 1. Sosyal politika başlıklı yayınların atıf dağılımı

Yazarlar	Kaynak Adı	Yayın Yılı	Atıf Sayısı
Luthar, S.S., Cicchetti, D.	The construct of resilience: Implications for interventions and social policies	2000	1195
Rappaport, J.	In praise of paradox: A social policy of empowerment over prevention	1981	988
Holliday, I.	Productivist welfare capitalism: Social policy in East Asia	2000	653
Mills, M., Rindfuss, R.R., McDonald, P., te Velde, E.	Why do people postpone parenthood? Reasons and social policy incentives	2011	598
Iversen, T., Soskice, D.	An asset theory of social policy preferences	2001	592
Jost, J.T., Thompson, E.P.	Group-based dominance and opposition to equality as independent predictors of self-esteem, ethnocentrism, and social policy attitudes among african americans and european americans	2000	458
Townsend, P.	The Structured Dependency of the Elderly: A Creation of Social Policy in the Twentieth Century	1981	446
Béland, D.	Ideas and social policy: An institutionalist perspective	2005	428
Bonoli, G.	The politics of the new social policies: Providing coverage against new social risks in mature welfare states	2005	424
Rodríguez-Pose, A., Fratesi, U.	Between development and social policies: The impact of European Structural Funds in Objective 1 regions	2004	380

Tablo 1’de Sosyal politika başlıklı yayınların en çok atıf alan yayın isimleri, yayın yılları ve atıf sayılarının dağılımı gösterilmektedir. En çok atıf alan Luthar, S.S., Cicchetti, D. tarafından yazılan ve 2000 yılında yayınlanan “*THE CONSTRUCT OF RESİLİENCE: IMPLICATIONS FOR INTERVENTIONS AND SOCIAL POLICIES*” başlıklı yayındır.

Scopus veri tabanında Sosyal politika başlıklı yayınlarda kullanılan anahtar kelimelerden oluşturulan kelime ağı Şekil 2'de sunulmaktadır. Veri setinin analizi sonucunda, toplamda 4432 farklı anahtar kelimenin kullanıldığı belirlenmiştir. En az 5 defa kullanılan anahtar kelimelerin analizi, 225 kelimenin bu eşiği aştığını göstermektedir. Anahtar kelime bulutunu incelediğimizde, yayınlarda en sık kullanılan anahtar kelimelerin arasında social policy (n=633), welfare state (n=101) ve poverty (n=76) gibi terimlerin öne çıktığı görülmektedir.



Şekil 2. Sosyal politika başlıklı yayınların anahtar kelime ağı

Scopus veri tabanında 'Social policy' başlıklı yayınların yıllara göre kullanılan anahtar kelimelerin sıklığı, Şekil 3'te gösterilmiştir. İncelenen 152 farklı anahtar kelime arasında, sarı tonlara yakın olan kelimelerin son yıllarda daha sık tercih edildiği, mavi tonlarına yakın olanların ise geçmiş yıllarda daha fazla kullanıldığı gözlenmektedir. Bu renk kodlaması, anahtar kelime kullanım sıklığının zaman içindeki değişimini vurgulamaktadır. Şekil'e bakıldığında; 'social investment,'

SONUÇ

Makaleler, akademik bilgi üretimi ve yaygınlaştırılmasında önemli bir rol oynamaktadır. Aynı zamanda makaleler, bilimsel bilginin sistematik bir şekilde üretilmesine katkıda bulunmaktadır. Bibliyometrik analiz yöntemleriyle yapılan çalışmalar, konuların ve alanların yoğun olduğu yerleri belirleyerek bilim insanlarına yol göstermektedir. Bu yüzden, herhangi bir bilim alanında araştırma yapmak isteyen akademisyenlere destek olmaktadır. Bununla birlikte, benzer konuların tekrar tekrar araştırılmasından ziyade, önceki yayınlardan faydalanarak eksik bilgilerin belirlenmesine veya daha önce hiç araştırılmamış konuların tanımlanmasına katkıda bulunmaktadır.

Bilimsel alanlarda, bibliyometrik analizler önemli bir araç haline gelmiştir ve araştırmacılara bir alandaki verileri geniş bir perspektiften inceleme imkanı sağlar. Yayınların sayısı arttıkça, bu yayınlardan elde edilebilecek bilgileri geleneksel yöntemlerle ortaya çıkarmak daha zorlaşır. Bu yüzden, araştırma yönlerini belirlemek, bilimsel alanların ve entelektüel yapıların yanında, sektörel ve kamusal uygulamalar için de çok kritiktir. Ayrıca mevcut uygulamaların gelişmesi ve iyileşmesi için de gereklidir.

Bibliyometri analizi yapmak için Vosviewer yazılımını kullanan bu çalışma, araştırmacılara görsel sunum becerisiyle birlikte kolay kullanımlı bir araç sağlamıştır. Vosviewer yazılımı, araştırmacılara araştırma sorularına yaratıcı ve ilgi çekici cevaplar üretmelerine olanak tanıyan verimli bir araç olarak hizmet vermektedir.

Bu çalışma, Sosyal politika başlıklı yayınları inceleyerek, Scopus veri tabanında yayımlanan bu yayınların yıl, yayın dili, yazar, kaynak, ülke ve araştırma alanı gibi özelliklerini belirlemiştir. Bu veriler, Microsoft Office ve Vosviewer yazılımları kullanılarak şekiller ve grafiklerle görselleştirilerek bibliyometrik analiz gerçekleştirilmiştir. Araştırma, 1925-2023 yılları arasında yayımlanan 3456 yayını içermektedir. Yayınlar, yıllara göre incelendiğinde ilk yayının 1925 yılında olduğu ve en çok yayın yapılan yılların 2022 (n=144), 2019 (n=135) ve 2020 (n=126) olduğu, yayınların çoğunlukla İngilizce (n=3052) dilinde olduğu, "*Social Policy And Administration*" (n=134) ve "*Global Social Policy*" (n=113) en yüksek akademik yayın sayısına sahip dergiler olarak saptanmıştır. "Social Sciences" (n=%51) ve "Medicine" (n=%10) en çok yayın yapılan alanlar olarak tespit edilmiştir. En çok yayın yapan yazarların çalıştığı kurumlar arasında "London School of Economics and Political Science" (n=52) birinci sırada, "University of Oxford" (n=31) ikinci sırada yer almaktadır. "Béland, D." isimli yazarın 30 yayın ile en çok yayın yapan yazar olduğu görülmüştür. Veriler incelendiğinde ülkeler arasında ilk sırada 784 yayın ile Amerika Birleşik Devletleri yer alırken İngiltere 605 yayın ile ikinci sırada yer

alırken ülkemiz ise 24 yayın ile yirmi dokuzuncu sırada yer almaktadır. Vosviewer programı kullanılarak yapılan ağ analizi sonucunda, Amerika Birleşik Devletleri ve İngiltere'nin en fazla iş birliği yapan ülke konumunda oldukları İspanya, Rusya Federasyonu ve Tayvan'ın yakın tarihli yayınlarda daha fazla iş birliği yaptıkları görülmektedir. Yayınların ilk atıf verileri 1970 yılına aittir ve bu tarihten itibaren yıllar içinde atıf sayısının arttığı gözlenmektedir. En yüksek atıf sayısı, 2022 yılında 4663 atıf ile kaydedilmiştir. En çok atıf alan Luthar, S.S., Cicchetti, D. tarafından yazılan ve 2000 yılında yayınlanan "*The Construct Of Resilience: Implications For Interventions And Social Policies*" başlıklı yayındır. Anahtar kelimeler analiz edildiğinde, Sosyal politika başlıklı makalelerde social policy (n=633), welfare state (n=101) ve poverty (n=76) gibi terimlerin en sık kullanıldığı belirlenmiştir. Ayrıca, güncel çalışmaların anahtar kelimelerinin analizi, social investment, covid-19 ve austerity gibi kavramların yakın tarihli yayınlarda daha sık kullanıldığını göstermektedir.

Bu çalışma, Sosyal politika alanında araştırma yapmayı düşünen araştırmacılara, konunun genel yapısı hakkında bir bakış açısı sunmaktadır. Araştırmacılar, bibliyometri analizleri kullanarak mevcut araştırma konularını kapsamlı bir şekilde inceleyebilir, ilgili literatürde hangi konuların öne çıktığını ve gelecekteki araştırma eğilimlerini belirleyebilirler.

KAYNAKÇA

1. Aksöz, E. O. & Yücel, E. (2020). Engelli Turizmi Alanındaki Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Analizi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 388-404.
2. Alcock, P. (2011). Sosyal Politikanın Konusu. Alcock, P., May, M., Rowlingson, K. (ed.), *Sosyal Politika Kuramlar ve Uygulamalar* (15-25) içinde. Ankara: Siyasal Kitabevi.
3. Atabay, E., Çizel, B. & Ajanovic, E. (2019). Akıllı Şehir Araştırmalarının R Programı ile Bibliyometrik Analizi. 20. Ulusal Turizm Kongresi, 16-19 Ekim 2019, Eskişehir, (s. 1130-1136).
4. Başer, D. (2021). Sosyal politika ve sosyal hizmet. Başer, D. (Ed.), *Sosyal hizmet bağlamında sosyal politika* (1-28) içinde. Ankara: Nobel Yayınevi
5. Demir, H. & Erigüç, G. (2018). Bibliyometrik Bir Analiz ile Yönetim Düşünce Sisteminin İncelenmesi. *İş ve İnsan Dergisi*, 5(2), 91-114.
6. Demir, Y., Çiftçi, G. E. & Tüfekçi, İ. (2023). Kadına Yönelik Ekonomik İstismara İlişkin Bibliyometrik Bir Analiz. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 13(1), 552-572.
7. Hothersall, S. (2010). What is social policy? Hothersalland, S., Bolger, J. (Ed.), *In social policy for social work, social care and the caring professions: Scottish perspectives* (7-30) UK.: Ashgate Publishing Limited
8. Taşkın, Z., Doğan, G., Akça, S., Şencan, İ. & Akbulut, M. (2016). Scopus Dergi Seçim Kriterleri Üzerine Bir Değerlendirme. *Türk Kütüphaneciliği*, 30 (1), 8-19.
9. Van Eck, N. J. & Waltman, L. (2017). Citation-Based Clustering Of Publications Using Citnetexplorer And Vosviewer. *Scientometrics*, 111(2), 1053-1070

65. Bölüm

Maneviyatın Psikolojik İlk Yardımdaki Rolü: Anlamın Keşfi Ve Sağaltıcı Etkileri

Muharrem AKA¹

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Kilis 7 Aralık Üniversitesi İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi, Psikoloji Bölümü,
e-mail: muharrem.aka @kilis.edu.tr, ORCID: 0000-0002-3195-8946

Özet

Bu çalışma maneviyatın psikolojik ilk yardımdaki rolünü ve sağaltıcı etkilerini incelemeyi amaçlamaktadır. Maneviyat, bireyin kendini anlama, değerlerini belirleme ve hayatının anlamını keşfetme sürecini temsil eder. Psikolojik ilk yardım ise travmatik olaylarla başa çıkmada bireylere duygusal destek ve pratik stratejiler sunar. Maneviyatın sağladığı derinlik ve anlam, bireyin travmatik olaylara verdiği anlamı yeniden değerlendirmesine yardımcı olabilir. Bu süreçte maneviyat, bireyin içsel kaynaklarını harekete geçirerek güçlenmesine ve kendini onarma sürecini başlatmasına destek olabilir. Böylece maneviyat, psikolojik ilk yardımın duygusal ve pratik boyutlarına ek olarak bireyin içsel bir güç kaynağı olarak görülebilir. Anlamanın keşfi de makalenin odak noktalarından biridir. Travmatik olaylar, insanların hayatlarındaki anlamı kayb ettikleri hissini verebilir. Ancak maneviyat, bireyin anlamı yeniden keşfetmesine olanak tanır. Anlamanın keşfi, bireye yeni bir bakış açısı kazandırabilir, umut ve motivasyon sağlayabilir. Birey, maneviyat yoluyla içsel bir bağlantı kurarak, travmatik olaylarla başa çıkmak için yeni anlamlar bulabilir ve kendini daha sağlıklı bir şekilde yeniden inşa edebilir. Çalışmada ayrıca maneviyatın sağaltıcı etkilerine de odaklanmaktadır. Spiritüel inançlar, bireyin yaşadığı stresi azaltabilir, duygusal iyilik halini artırabilir ve travma sonrası büyüme sürecini teşvik edebilir. Maneviyatın sağaltıcı etkileri, bireyin kendini kabullenme, affetme, umutlanma ve direnç geliştirme gibi pozitif ruh hali ve davranışlarla ilişkilendirilmiştir. Manevi değerlere bağlılık, bireyin ruh sağlığını koruma ve travmatik olaylarla başa çıkma becerilerini güçlendirme konusunda önemli bir rol oynayabilir. Derleme niteliğinde olan çalışma dört bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde psikolojik ilk yardımın tanımı, gelişimi ve temalarına değinilmiştir. İkinci bölümde ise maneviyatın psikolojik ilk yardıma entegrasyonu konusu işlenmiştir. Üçüncü bölüm maneviyatın psikolojik ilk yardımda uygulanması ve dikkat edilecek konular ele alınmıştır. Dördüncü bölümde ise maneviyatın anlamın keşfinde ve iyileşme sürecindeki etkisinden bahsedilmiştir. Böylelikle çalışmanın psikolojik ilk yardım sürecinde verilecek manevi hizmetlere kaynaklık etmesine katkı sağlayacaktır.

Anahtar Kelimeler: Psikoloji, Maneviyat, Din, Anlam, Psikolojik İlk Yardım,

GİRİŞ

Maneviyat kavramı ‘canlılık’ veya ‘nefes’ anlamına gelen latince ‘spiritus’ kökünden gelmektedir. Maneviyat kavramı tarihsel anlamda genel olarak dinin içinde gösterilmiştir (Hill vd. 2000). Spirituality kelimesinin Türkçe’de tam karşılığı olmamakla birlikte Arapça bir kavram olan ‘maneviyat’ kavramı spirituality karşılığı olarak kullanılmaktadır. Türk Dil Kurumu sözlüğüne göre maneviyat kavramının tanımları şöyledir: 1. “Maddi olmayan, manevi şeyler. 2. İnanç, ahlak, erdem vb. değerler bütünü. 3. Karşılaşılan zorluk ve tehlikeler karşısında inanç ve ahlaki değerlere bağlılıktan doğan dayanma gücü. 4. Moral.” (TDK 2023). Din ve maneviyat ile ilgili yapılan çalışmaların bazılarında maneviyat kavramının bazen din ile aynı anlamda bazen ise ayrı anlamda açıklandığı görülmektedir. Bu anlamda maneviyat hem dinle ilişkili ve din içinde açıklanan bir kavram olduğu gibi hem de dini olmayan, dinden bağımsız bir şekilde açıklanan bir kavram olmuştur. Zinnabauer ve Pargament (2005) din ve dindarlığı maneviyattan daha geniş bir olgu olarak tanımlayarak maneviyatı dindarlığın kalbi ve ruhu olduğunu belirtmişlerdir. Hill vd., (2000) maneviyatın dinle bağlantılı olmadığını belirterek tanımlama yapmaktadır. Bash (2004) ise din ve maneviyatın ayrı kavramlar olduğunu ileri sürerek maneviyatın daha çok insan gelişimi, değerler ve anlamla ilgili olduğunu ifade etmektedir. Bu tanımlama ile dini olmayan bir maneviyat kavramı ortaya çıkmaktadır. Bu tanımlardan hareketle insanın dini olmadan bir maneviyatının olabileceği veya maneviyatı olmadan bir dindarlığının olabileceği sonucunu ortaya çıkarmaktadır (Pargament 1999). Tüm bu tanımların dışında maneviyat; içsel bir yolculuk durumu (Delbecq 2005), insani değerlerin günlük hayata uygulanması, duygu, düşünce ve davranış bakımından en üst değere doğru kendini aşma çabası (Harlos 2000) gibi bireyin içsel dünyasına dayandırılan tanımlarda görülmektedir. Bu çalışmada maneviyat kavramı dinle ilişkili bir şekilde ve aynı anlamak gelecek şekilde kullanılmıştır. Çünkü yapılan çalışmalarda kendini Müslüman olarak görenlerin % 41.8’i maneviyatı dini bir kavram olarak kabul etmekte ve din ile aynı anlamda kullanmaktadır (Altınlı-Macić ve Coleman 2015; Sevinç, Güven, ve Metinyurt 2015).

Afet durumlarından sonra yaşanan travmanın yönetimi ile ilgili uluslararası klinik uygulama kılavuzları travmatik olaylardan kurtulanlar için erken müdahale olarak psikolojik ilk yardımı önermektedirler. Yine akut stres bozukluğu ve travma sonrası stres bozukluğuna (TSSB) yönelik müdahaleler içinde uluslararası düzeyde kanıta dayalı kılavuzlar ortaya çıkmıştır. Bu kılavuzlar travmaların hemen ve kısa süreli iyileşmeyi teşvik etmek için hayatta kalanlara psikolojik ilk yardım sağlanmasını önermektedirler (Forbes vd. 2010). Psikolojik ilk yardım herhangi bir travmatik olaya maruz kalan kişilere bilgi, rahatlık, duygusal ve

araçsal destek sağlanmasını ve yardımın kişinin ihtiyaçlarına göre kademeli bir şekilde sunulmasını içerir. Psikolojik ilk yardım her ne kadar travmatik bir olayın hemen ardından tercih edilen bir müdahale olduğu konusundan uluslararası düzeyde bir fikir birliği olsa da etkinliğinin değerlendirilmesiyle ilgili çok az çalışma vardır. Psikolojik ilk yardımın nasıl uygulanacağı, büyük ölçüde uygulanacağı özel bağlama bağlıdır (Forbes vd. 2011). Hobfoll (2007) psikolojik ilk yardım için beş temel ilke belirlemiş ve bu ilkelerin nasıl uygulandığını ve müdahalelerin kim tarafından ve kimin için yapılacağını, hedeflerin ve istenen sonuçların uygulanan özel bağlama bağlı olduğunu belirtmiştir. Psikolojik ilk yardım genel olarak psikolojik travmaya maruz kalmanın olası olduğu ortamlarda, travma sonrası uygulanmaktadır.

Bir ilk yardım çantasında bulunan malzemelere bakıldığında bir yaralanmayı tedavi etmek için gerekli malzemeler görülür. Bir yarayı tedavi etmek, kanamayı kontrol etmek, enfeksiyonların bulaşmasını önlemek, alerjik reaksiyonları kontrol etmek, iltihaplanmaları ve ağrıları önlemek bir ilk yardım çantasında bulunabilecek tedavi uygulamalarıdır (Green 2021). Manevi ilk yardım çantasının amacı ise travmatik durumlarda kişinin inancını yenileyecek ve güçlendirecek araç ve kaynaklara sahip olmaktır. Maneviyat, acı verici durumlar ve ıstıraplar için bir kaynak olabilecek bir potansiyele sahiptir. Manevi ilk yardım çantamızı açtığımızda karşımıza çıkan ilk aracımız anlamdır. Yani yakın çevremizde, dünyada meydana gelenler üzerinde genel olarak bir kontrolümüzün olmadığını anlamamızdır. İşlevsiz ve uyumsuz yanlış algıları değiştirmek, umutlu olmak, sabretmek özgüven sahibi olmak, yaşananları olumlu değerlendirmek, yaşananları hayra yormak veya öğrenme merkezli değerlendirmek diğer araçlardır. Yine umut duygusu aşılacak, sabır davranışını vurgulamak, kendine güven sağlayıcı davranışları pekiştirmek utanç, çaresizlik ve umutsuzluk duygularında etkili olacaktır (Kula 2006). Doğal afetler karşısındaki güçsüzlük ve çaresizliğimiz bir anlamda zayıflık değildir. Aynı Tanrıya inandığımız, benzer inançlara sahip olduğumuz diğer toplulukların desteğini aramak için bir fırsattır. Stresli deneyimlerde başa çıkma sürecinde etkili olan bir diğer araç anlam kavramıdır. Özellikle son yıllarda istenmeyen yaşam olaylarıyla ve olumsuz yaşam koşullarıyla başa çıkmada anlamla ilgili açıklamalar gittikçe artmaktadır (Thompson 1991; Wortman ve Silver 2014). Yapılan çalışmalar anlamın farklı yönlerinin insanların stres durumlarıyla uyum sağlamasında kritik önemini ortaya koymaktadır. Anlamın stresli yaşam olayları ve koşullarıyla başa çıkma ve uyum sağlama bağlamında, anlama yönelik teorik ve pratik birçok yaklaşım da vardır (Park ve Folkman 1997).

1. PSİKOLOJİK İLK YARDIM

Psikolojik ilk yardım fiziksel ilk yardımın ruh sağlığı alanındaki karşılığıdır (Everly Jr ve Lating 2017). 1954 yılında Amerikan Psikiyatri Birliği'ni temsilen yazılan "Toplumsal Felaketlerde Psikolojik İlk Yardım" adlı kılavuzda psikolojik ilk yardımın tanımı yapılmıştır. Bu kılavuz kitlesel afetlerin idaresi için gerekli temel ilk psikolojik müdahaleleri ele almış ve zamanla kitlesel travmatik durumlarda psikososyal müdahaleler kapsamında kavram olarak sık sık kullanılmıştır (Drayer vd. 1954). Afet kelimesi Açıklamalı Afet Yönetimi Terimleri Sözlüğü tarafından şöyle tanımlanmaktadır: "Toplumun tamamı veya belli kesimleri için fiziksel, ekonomik ve sosyal kayıplar doğuran, normal hayatı ve insan faaliyetlerini durduran veya kesintiye uğratan, etkilenen toplumun baş etme kapasitesinin yeterli olmadığı doğa, teknoloji veya insan kaynaklı olay. Afet bir olayın kendisi değil, doğurduğu sonuçtur"(AFAD 2014). Afet kavramının yerine 'Olağan Dışı Durumlar' kavramı da kullanılmakta ve şöyle tanımlanmaktadır: "Gereksinimlerin yerel kaynaklarla karşılanamadığı durumlar" (Civaner vd. 2010). Dünya Sağlık Örgütü (WHO) ve ABD Ulusal Travma Sonrası Stres Bozukluğu Merkezi (National Center for PTSD) gibi kuruluşlar kitlesel travmatik durumların yaşanmasına neden olan afetlerden sonra erken dönem psikososyal müdahalenin önemini vurgulayarak, psikolojik ilk yardımın ilk müdahale olması gerektiğini belirtmektedirler (Demircioğlu, Şeker ve Aker 2019).

Afetlerden sonra kullanılmak için farklı kurumlarca hazırlanan birçok psikolojik ilk yardım kılavuzu vardır. Genel olarak aynı temel özelliklere sahip olan bu kılavuzlar; afetin gerçekleştiği alan, hastane, kanser merkezi vb. farklı durumlarda uygulama farklılıklarına sahiptir. Johns Hopkins Tıp Okulunun hazırlattığı psikolojik ilk yardım kılavuzuna göre psikolojik ilk yardım: "Akut sıkıntıyı stabilize etmek, hafifletmek ve aynı zamanda sürekli bakıma erişimi kolaylaştırmak için tasarlanmış destekleyici ve şefkatli bir yaklaşımdır" (Everly Jr ve Lating 2017:20). Amerika Psikiyatri Birliği'ni temsilen hazırlanan kılavuzun ikinci baskısında ise psikolojik ilk yardım şöyle tanımlanmaktadır: "Afet ve terörün hemen ardından çocuklara, ergenlere, yetişkinlere ve ailelere yardımcı olmak için kanıta dayalı modüler bir yaklaşımdır. Psikolojik İlk Yardım, travmatik olayların neden olduğu ilk sıkıntıyı azaltmak ve kısa ve uzun vadeli adaptif işlevselliği ve başa çıkmayı teşvik etmek için tasarlanmıştır"(Brymer vd. 2006:5). Dünya Sağlık Örgütü'ne göre psikolojik ilk yardım: "Ciddi kriz yaratan olaylar sonrasında, maruz kalan insanları desteklemek için insani, destekleyici, pratik yardımdır" (WHO 2011). Psikolojik ilk yardım, travmatik olay esnasında veya sonrasında bireylerin fiziksel, psikolojik ihtiyaçlarının giderilmesini, travma sonrası stres bozukluklarının en aza indirilmesini, yaşamın günlük rutinlerine

dönmesini, baş etmeyi hedefleyen ve aynı zamanda koruyucu ruh sağlığı müdahalesi olan bir uygulamadır. Psikolojik ilk yardım, bir teşhis veya tedavi yöntemi değil travmatik duruma müdahale tarzı ve 100 yıllık psikolojik kriz müdahalesi alanının taktiksel bir versiyonudur (Everly Jr ve Lating 2017).

WHO'na göre psikolojik ilk yardım belli temalara sahiptir. Buna göre psikolojik ilk yardım müdahalede bulunmadan pratik bakım ve destek sağlamaktır. İhtiyaçları ve endişeleri değerlendirmek, insanların yiyecek, su gibi temel ihtiyaçlarını karşılamalarına yardımcı olmaktır. İnsanları dinlemek, ancak konuşmaları için baskı yapmamak, rahatlatmak ve sakinleşmelerine yardımcı olmaktır. Yine insanların bilgi, hizmet ve sosyal desteklerle bağlantı kurmasına yardımcı olmak, onları daha fazla zarar görmekten korumak bunların başlıcalarıdır. Psikolojik ilk yardım sadece profesyonellerin yapabileceği bir şey olmadığı gibi profesyonel danışmanlık değildir. Psikolojik ilk yardım psikolojik bilgilendirme de değildir. Çünkü psikolojik ilk yardım sıkıntıya neden olan vakanın ayrıntılı bir şekilde tartışılmasını içermemektir. Psikolojik ilk yardım kişiden başına gelenleri analiz etmesini ya da zamanı ve olayları sıraya koymasını istemez. Psikolojik ilk yardım her ne kadar insanların hikâyelerini dinlemek için hazır olmayı gerektirse de insanlara bir olayla ilgili duygularını ve tepkilerini anlatmaları için baskı yapmak değildir (WHO 2011).

Psikolojik ilk yardım müdahalesi hem kitleler üzerinde etkili hem de bireysel ihtiyaçları dikkate alabilen bir uygulama özelliğine sahiptir. Bu uygulama afet durumlarından sonra travmatik olay riskini azaltması ve psikolojik dirençliliği arttırması açısından önemlidir (Kılıç ve Şimşek 2018). Afet koşullarına uygulanabilir olması, pratik olması, tüm gelişim dönemlerine uyarlanabilmesi, kültürel farklılıklara göre esnek olması, yaygın olarak kullanılabilmesi açısından da önemli bir destek hizmetidir (Ruzek vd. 2007).

Psikolojik ilk yardım kitlesel travmatik durumlardan sonra uygulan psikososyal hizmetlerin ilk aşaması olarak konumlanmaktadır. Afetten etkilenen bireylerin güvenlik, sağlık ve temel ihtiyaçlarının giderilmesi ve ilk yardım hizmetlerinin verilmesi akut dönemde en başta tavsiye edilen müdahalelerdir. Bu hizmetin uygulanması afet sonrasındaki çocuklar ve yetişkinlerin kendilerini güvende hissetmelerini sağlamaktadır (Allen vd. 2010). Travmatik durumlardan sonra uygulanan psikolojik ilk yardım hizmetlerinin temel amaçları şunlardır. Afet sonrası kişilerin psikolojik ve fizyolojik ihtiyaçlarını tespit edip gidermeye çalışmak, afet bölgesinde psikolojik triyaj yaparak ağır psikiyatrik durumlar için gerekli yönlendirmeleri yapmak, akut travmatik stres tepkilerini konusunda bireylere rehberlik yapmak, olağanlaştırma ve stabilizasyona yardımcı olmak, bireysel ve toplumsal bağlamda normal yaşam koşullarına, rutin şartlara dönmeyi kolaylaştırmak (Everly Jr ve Lating 2017).

Psikolojik ilk yardım genellikle çok yakın bir zamanda ciddi bir travmatik olaya maruz kalmış travmatize olmuş insanlara yönelik bir hizmettir. Fakat travmatik olay yaşayan herkes psikolojik ilk yardıma ihtiyaç duymayabilir ve istemeyebilir. İstemeyen kişileri psikolojik ilk yardıma zorlamamalı ama bu desteği isteyebilecek kişiler için kolayca ulaşılabilir olmalıdır. Psikolojik ilk yardımda kişinin kültürünü dikkate alacak şekilde destekler sunulmalıdır. Çünkü kültür insanlarla nasıl ilişki kuracağımızı ve neyin doğru ve neyin doğru olmadığını belirlemektedir. Örneğin bazı kişilerde kişinin ailesi dışındaki biriyle duygularını paylaşması kabul edilir bir durum değildir veya kadınlar yalnızca diğer kadınlarla konuşabilir ve duygularını paylaşabilir. Dolayısıyla farklı geçmişlere ve kültürel değerlere sahip insanlara destek olurken kendi kültürel geçmişimizin ve inançlarımızın farkında olmamız önemlidir. Bu şekilde destek olacak kişi kendi önyargılarını bir tarafa koyup desteklediği kişilere en uygun ve rahat bir yolla yardım edebilecektir (WHO 2011).

Psikolojik ilk yardım müdahalesinin süreci travmatik bir olaya maruz kalanlarla temasla başlar. Sonra ki süreç de ise empatik bir ilişkinin kurulması, travmadan etkilenenlerin dinlenmesi, özel bireysel ve grup ihtiyaçlarının belirlenmesi ve önceliklendirilmesi, olayla ilgili duygusal, düşünsel ve davranışsal tepkilerin değerlendirilmesi, en uygun müdahale planının oluşturulması ve daha fazla müdahalenin gerekli olup olmaması vardır (Everly Jr ve Lating 2021).

Afet psikiyatristi Raphael'in (1986) afet ruh sağlığı üzerindeki önemli çalışması olan "When Disaster Strikes" (Afet Vurduğunda) adlı çalışmasında belirttiği gibi bir afetten sonraki ilk saatlerde nüfusun en az % 25'i afet sendromunun sonucu olarak sersemleşmiş, şaşkın, kayıtsız ve başıboş olabilir. Eğer afetin etkisi ani ve tamamen yıkıcı olmuşsa psikolojik ilk yardım ve triyaj gereklidir. Raphael adı geçen çalışmasında psikolojik ilk yardımın eylem mekanizmalarını şu şekilde sıralamaktadır. 1- Güvenlik dâhil olmak üzere fiziksel ihtiyaçların karşılanması. 2- Temiz hava alımının sağlanması. 3- Psikolojik destek için arkadaşlar, aile ve diğer kaynaklarla bağlantıların teşvik edilmesi. 4- Kendi kendine yardım için yapıcı eylemlerin teşvik edilmesi. 5- Stres yönetimi için önerileri de içerebilecek davranışsal ve psikolojik desteğin doğrudan sağlanması. 6- Hem akut hem de subakut psikolojik ve psikiyatrik hizmetler için psikolojik triyaj için değerlendirme. Hobfoll ve arkadaşları ise (2007) psikolojik ilk yardımın ilkelerini ve tanımlarını beş genel müdahale hedefi ile açıklamışlardır. Buna göre 1- Güvenlik hissi oluşturmak, 2- Sakinleştirici bir varlık göstermek, 3- Kendi başına ya da bir grubun parçası olarak (aile, okul, dini ya da toplumsal grup gibi) sorunları çözebilme hissi aşmak, 4- Sosyal deste oluşturmak 5- Umut beslemek.

Psikolojik ilk yardım alanındaki çalışmalar devam ettikçe temel yetkinlikler konusundaki çalışmalarda devam edecektir. Johns Hopkins Tıp Okulunun hazırlattığı psikolojik ilk yardım kılavuzu psikolojik ilk yardımın şu aşamalardan oluşması gerektiğini belirtmektedir:

1. *“Stabilizasyon: Tırmanan psikolojik ve davranışsal tepkileri durdurmak, dürtüsel eylemleri caydırmak ve sakinlik hissi aşılacak için tasarlanmış müdahaleler.*

2. *Değerlendirme: Özellikle kişinin yapıcı bir şekilde işlev görme ve kendisine ve başkalarına karşı temel sorumluluklarını yerine getirme becerisiyle ilgili mevcut psikolojik ve davranışsal durumun belirlenmesi (yani krize müdahale ihtiyacının belirlenmesi).*

3. *Psikolojik triyaj (önceliklendirme): Müdahale ihtiyacının aciliyetinin belirlenmesi.*

4. *Destekleyici iletişim: Saygı, şefkat ve ilgi gösteren ve belirtildiği takdirde sürekli diyalog ve bağlılığı teşvik eden bir şekilde iletişim kurmak.*

5. *Akut müdahaleler: Akut sıkıntıyı hafifletmek ve umut aşılacak için tasarlanmış psikolojik ve davranışsal müdahaleler, örneğin öngörücü rehberlik (beklentileri belirleme), açıklayıcı rehberlik (mevcut tepkileri açıklama) ve stres yönetimi ve bilişsel yeniden çerçeveleme gibi kuralcı rehberlik.* 6. *Belirtildiği takdirde, sürekli destek veya bakıma erişimin kolaylaştırılması (irtibat ve savunuculuk becerileri).*

7. *Müdahaleciler için buddy-care (arkadaşlık bakımı) ve öz bakım uygulamaları.” (Everly & Lating, 2017, s. 36)*

2. MANEVİYATIN PSİKOLOJİK İLK YARDIMA ENTEGRASYONU

WHO'ya (2016) göre dünya nüfusunun %45'inden fazlasına, her 100.000 kişiye 1'den az psikiyatrist düşmektedir. Bu durum dünya genelinde ruh sağlığı hizmetlerine olan talebin ruh sağlığı kaynaklarının mevcudiyetinden çok fazla olduğunu göstermektedir. Ruh sağlığına olan talep ile mevcut kaynaklar arasındaki bu uçurum yerel düzeydeki acil durumlarda ve büyük ölçekli afetlerde çok daha fazla genişlemektedir. Büyük ölçekli afetlere bakıldığında buradaki fiziksel kayıplardan daha çok psikolojik kayıplar görülmektedir. Bu durum ruh sağlığı hizmetlerine olan genel talebin afetlerde çok daha fazla olduğunu göstermektedir. Halk sağlığı açısından bakıldığında psikolojik destek talebindeki bu artış, afet ruh sağlığı dalgalanması olarak tanımlanmaktadır (Everly Jr ve Lating 2021). Birleşmiş Milletler (2020) bir afet ruh sağlığı dalgalanmasıyla karşı karşıya kalındığında acil ruh sağlığı veya krize müdahale hizmetlerinin, tüm topluma yönelik bir bakım ve sürekliliği yaklaşımının yaygın olarak sunulmasını tavsiye etmiştir. Yine bir afet sonrasında ibadethanelere katılımın sıklığında

gözlenen artış duygusal zorluk yaşayan afetzedelere daha etkili bir şekilde başa çıkabilmeleri için manevi desteğin verilmesi gerektiğini ortaya koymaktadır (McCabe vd. 2007). Afetzedelerin maneviyatının dikkate alınması, bir dizi tıbbi uzmanlık alanında şefkatli bir hizmetin sunulması önemli bir bileşeni olduğu da birçok ülkede kabul görmüştür (King ve Koenig 2009).

Afetlerde ortaya çıkan kriz durumları emniyet, güvenlik, genel refahla ilgili somut endişeler şeklinde ortaya çıkabileceği gibi öz kimlik, aidiyet krizi, varoluşsal, anlamsal, ruhsal ve teolojik krizler gibi daha soyut endişeler şeklinde de ortaya çıkabilmektedir. Dolayısıyla varoluşsal ve ruhsal sıkıntıların üstesinden gelebilmek için hem manevi müdahale konularına hem de psikolojik ilk yardım, psikolojik ve psikiyatrik kaynaklara aşina olmak gereklidir (Everly Jr 2000). Schuster ve arkadaşları (2001) 11 Eylül saldırılarından sonra ulusal stres tepkilerini ölçme araştırmasında katılımcıların % 90'ı travmatik durumda dini ve manevi kaynaklara müracaat ederek yaşadıkları stresle başa çıkmaya çalıştıkları tespit edilmiştir. Manevi müdahalenin kriz durumlarında psikolojik ihtiyaçlara cevap vermede önemli rolleri olduğunu yapılan çalışmalar göstermiştir (Bradfield, Wylie, ve Echterling 1989). Dini ve manevi destek hizmetlerinin özellikle kişisel sorunlarla ilgili desteklerde arandığı, aranan bu yardımın sorunların ciddiyetinin ruh sağlığı uzmanları tarafından tedavi edilen bozukluklara eşdeğer olduğu iddia edilmektedir (Larson vd. 1988).

Afet ve kriz durumlarında bir ihtiyaç sonucu ortaya çıkan ve önemi ortaya konmuş manevi müdahale her türlü dini, manevi ve pastoral kaynağın acil ruh sağlığı uygulamalarıyla ve müdahale teknikleriyle işlevsel olarak entegre edilmesidir. Kriz ve afet durumlarında yapılan krize yönelik müdahaleler psikolojik danışmanlık ve psikoterapi ile aynı şey olmadığı gibi manevi danışmanlık ve manevi psikoterapi de değildir. Çünkü afet ve kriz durumlarda yapılacak müdahale son derece odaklanmış ve zamanla sınırlanmış olduğundan dolayı psikoterapötik teknikler, krize müdahalede sakıncalı olabilir (Everly Jr 1999). Manevi müdahale sosyal destek, problem çözme, sakinleştirme bilişsel yeniden yorumlama, anlamlandırma, kutsal kitap okuma, içgörü, dua, ibadet, sabır, imtihan, ahiret inancı gibi yöntemlerden oluşmaktadır (Kula 2006). Tüm bu yöntem ve etmenler belirgin bir şekilde travmatik ve kriz durumlarda ortaya çıkan psikolojik sorunların düzeylerinin azaltılmasına benzersiz katkılar sağlayabilir (Everly Jr 2000; Kula 2006).

Psikolojik ilk yardımda manevi müdahalenin hedefi psikolojik müdahaleyle temelde aynıdır. Stres ve sıkıntı, kayıp, anlam krizi, inanç krizi gibi durumlarda bireyin yaşadığı psikolojik sorunların mümkün olduğunca en aza indirilmesidir. Manevi müdahalenin psikolojik ilk yardıma entegre edilmesi psikolojik ilk yardıma bir katma değer getirecektir. Bu katma değerli bileşenler yukarıda

sıralanan eylem mekanizmaları ve değişim ajanları olarak bireyin travmatik durumlarda bozulan psikolojik sağlığını onarmada öncü görevleri yerine getirecektir. Manevi müdahalenin bu güçlü yönleri bütün travmatik durumlarda yaşanan psikolojik sorunlara müdahale çabalarına ve kriz müdahale sistemlerine entegre edilebilir(Everly Jr 2000).

Manevi müdahale ve anlamlandırma çabalarının psikolojik sağlık üzerinde olumlu etkisi olduğu gibi olumsuz etkileri de vardır. Ai ve arkadaşlarının (2005) 11 Eylül felaketinden kurtulanlarla yaptıkları araştırmada, katılımcılar insan kaynaklı felaketleri manevi hoşnutsuzluk, Tanrı'nın cezalandırması ve kişilerarası dini hoşnutsuzluk ile özdeşleşen olumsuz dini başa çıkma tarzı ile açıklamışlardır. Olumsuz dini başa çıkmanın psikolojik sıkıntıyla önemli ölçüde bağlantılı olduğu Pargament ve arkadaşlarının (1994) körfez savaşı kriziyle ilgili yaptıkları savaşta ortaya konmuştur. Afet durumlarında dini başa çıkma ile strese karşı psikolojik uyum arasındaki ilişkinin araştırıldığı 49 meta analiz çalışmasında olumlu dini başa çıkma ile psikolojik uyum arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki bulunmuştur (Peres vd. 2007). Yapılan çalışmalar yaşanan doğal afetlerin “Tanrı'nın işi” olarak adlandırılması durumunda afetzedelerin felaketi yorumlamalarında, tepkilerinde ve başa çıkma mekanizmalarında manevi ve dini anlamın daha kolay dâhil edildiği bulgulanmıştır. Bu durum Haiti depreminde sağ kurtulan ve depremin Tanrı'ya atıfta bulunularak ve olayı anlamlandırmada İncil'den atıflar yaparak yorumlayanlarda da görülmüştür (Aten vd. 2014). Felaketi anlamlandırmada kullanılan manevi atıfların iyileştirme üzerinde olumlu etkisi olduğu 2004 yılındaki Endonezya'daki tsunamiden sağ kalanlarla yapılan araştırmada ortaya konmuştur. Buna göre depremin kader ile açıklanması daha az depresif ve travma sonrası stres belirtileri ortaya koymuştur. Katrina ve Rita felaketlerinden sonra üniversite öğrencileri üzerinde yapılan araştırmada da felaketi Tanrı'nın planına bağlayanların daha düşük seviyede depresyon ve travma sonrası stres bozukluğuna sahip oldukları tespit edilmiştir (Banford, Wickrama, ve Ketrang 2014). Van depremine yakın bölgelerdeki kadınlar üzerinde yapılan araştırmada ise depremi Tanrı'nın iradesiyle açıklayanların daha düşük düzeyde depresif, somatizasyon ve paranoid septomlar gösterdikleri tespit edilmiştir (Sezgin ve Punamäki 2012). Smith ve arkadaşlarının (2000) sel felaketinden kurtulanlar üzerinde yaptığı araştırmada olumlu dini başa çıkma stratejilerinin manevi gelişim üzerinde olumlu etkisi olduğu ve selden kurtulanların psikolojik sorunlarının azalmasına yol açtığı tespiti yapılmıştır.

Maneviyat, afetin bireylerin psikolojik sağlığı üzerindeki etkisini hafifletebilir özelliklere sahiptir. Yapılan çalışmalar maneviyatın afetin potansiyel zararlı etkilerini engellemede tampon işlevi olduğunu ve psikolojik sorunların giderilmesinde önemli katkıları olduğunu göstermiştir. 11 Eylül travmasına

maruz kalanlarla yapılan araştırmaya göre daha güçlü inanç, umut ve maneviyata sahip olanların daha az depresyon ve enksiyeteye sahip oldukları keşfedilmiştir (Ai vd. 2005). Yine araştırmalar din ve maneviyatın, can ve mal kayıplarıyla ilişkili olan olumsuz duygusal ve fiziksel sağlık sorunlarıyla baş etmede yardımcı olduğunu, travma sonrası büyümeyi sağladığını da tespit etmişlerdir. Katrina kasırgasından sağ kurtulan 600 kişi üzerinde yapılan anket çalışmasında Tanrı, dini başa çıkma tarzları, dini destek anlam oluşturma gibi manevi inançlara sahip olanların felaketin etkilerinden daha az rahatsız olmuş ve maddi ve manevi kayıplardan daha az etkilenmişlerdir. Bu bireylerin daha az TSSB belirtilerine, depresyon ve alkol kullanımına sahip oldukları gözlenmiştir. Bu alandan yapılan araştırmalar şunu göstermiştir ki afetlerden bireyin etkilenip etkilenmemesi ne kadar dindar veya maneviyat sahibi olup olmadığı ile ilgili değil inancını nasıl kullandığı ile ilgilidir (Johnson vd. 2006).

Travmatik durumlarda insanların çoğu yaşadıkları stres tepkilerini manevi kaynaklara yönelerek gidermeye çalışmaktadırlar (Emery ve Pargament 2004; Schuster vd. 2001). Manevi kaynaklara yönelerek başa çıkmanın doğası ve potansiyel etkinliği, aslında travmaya verilen tepkiler kadar çeşitli olabilmektedir. Yapılan bir çok çalışma maneviyatın travma yaşayan bireylerin deneyimlerini anlamlandırma yardımcı olduğunu göstermektedir (Hall ve Johnson 2001). Fakat tam tersi sonuçlarında olduğu araştırmalarda mevcuttur. Manevi anlamlandırmaların travmatik tepkilerle baş etmede kullanılmasının incitici olduğu ve travmatik durumdan sonra dini katılımların azaldığı ve inançların terk edildiği sonuçlarda bulunmuştur (Falsetti, Resick, ve Davis 2003; Fontana ve Rosenheck 2004; Strawbridge vd. 1998). Bireylerin travmatik durumlar karşısında bu şekilde farklı tepkiler vermelerinin nedeni ise çok net olmamakla beraber dini inançlar ve iman üzerinde yaratabileceği zorluklar bu duruma sebep olabilir. Travmanın duygusal, psikolojik ve kişilik süreçlerini bozmasının nedeni güvenlik, kontrol, benlik ve dünya hakkında var olan varsayımlarımızın yıkılmasıdır. Her şeye gücü yeten bir Tanrı'ya olan inançlar travmatik olaylarla tutarsızlığa neden olmakta, dini varsayımlarda şüpheler oluşturmakta ve varoluşsal krizi tetiklemektedir (Cadell, Regehr, ve Hemsworth 2003). Hayatta kalan bireyler bu durumda sosyal ve manevi düzeyde algılarını yeniden anlamlandırmaktadırlar (Harris vd. 2008)

Nicel araştırmalar olumlu manevi ve dini başa çıkma tarzlarının travmatik durumlarda manevi büyümeyi ve oluşan yeni şartalar uyum sağlamayı kolaylaştırdığını göstermiştir. Olumlu dini başa çıkma stratejileri olan Tanrıyla işbirliği yapma, manevi destek ve bağlantı arama, dua ve ibadetler hem travmatik semptomların azalmasına hem de ruh sağlığı ve öznel iyi olma halinde artışlarla ilişkili olduğu tespit edilmiştir (Oman & Thoresen, 2005; Pargament vd., 2005).

Yine depresyon, anksiyete, bağımlılık, kanser, kardiyovasküler, hastalık ve ameliyat sonrası iyileşme gibi bir çok sıkıntı ve zorlukla baş etmede manevi ve dini baş etme yöntemlerini kullananların ruh sağlığı ve öznel iyi oluş, psikososyal uyumda önemli etkileri olduğu tespit edilmiştir (Townsend vd. 2002).

3. PSİKOLOJİK İLK YARDIMDA MANEVİYATIN UYGULANMASI

Yapılan çalışmalar maneviyatın afetlerde sağ kalanlar için önemli olduğunu göstermektedir. Afet durumlarında maneviyat bir başa çıkma mekanizması olarak kullanıldığı gibi bir ilk yardım müdahalesi olarak da kullanılabilir. Çünkü maneviyat zorlu yaşam koşullarının üstesinden gelinmesi için anlamlı ve olumlu dünya görüşü ve bir çerçeve sunmaktadır (McIntosh 1995). Manevi inançlar bireyin yaşadıklarının, yorumlanmasında ve anlamlandırılmasında çoğu zaman seküler kültür ve bilimin cevaplayamadığı soruları cevaplayarak sorunların atlatılmasında yardımcı olmaktadır. Birey sahip olduğu inançla kendinden daha güçlü, aşkın bir varlık olan Tanrı ile ilişki kurarak güçlenir. Tanrının yaşananlar üzerinde kontrol sahibi olduğuna inanan birey psikolojik olarak kendini daha rahat ve güvenli hisseder. Travmatik olay bireyin dünya görüşlerini ve temel güven duygularını parçalayarak varoluşsal krize ve psikolojik sıkıntılara neden olur. Bu durumun üstesinden gelemeyen bireyde fiziksel ve ruhsal sorunlar oluşur (Alataş ve Çelik 2021). Yapılan araştırmalar afetten sonra bireylerde yaygın olarak travma sonrası stres bozukluğu, depresyon, akut stres bozukluğu, anksiyete bozuklukları, keder kayıp, madde kullanımı, alkol kullanımı görülmektedir (Ahmad vd. 2010). Yine belirsizlik, güvensizlik, öfke gibi sorunların yanında umutsuzluk, utanç ve suçluluk duyguları, bireyin kendini izole etmesi, yaratıcıyı ve yaşamın anlamını sorgulama, inançları gözden geçirme gibi varoluşsal sorunlarda yaşanmaktadır (Norris vd. 2002).

Maneviyat travma yaşayan bireylerin karşılaştığı psikolojik ve sosyal sorunlarla başa çıkmasında, yaşamın günlük alışkanlıklarına dönmesinde ve uyum sağlamada önemli fonksiyonları vardır (Ano ve Vasconcelles 2005). Maneviyat; depresyon, anksiyete ve travma sonrası stres bozukluğu gibi psikolojik sorunların giderilmesinde önemli katkılara sahiptir. Güçlü maneviyata sahip bireylerin travma sonrası stres bozukluğu geliştirme riskleri daha az olduğu gibi ve travma sonrası psikolojik iyileşme süreçleri daha hızlıdır (O'Rourke, Tallman, ve Altmaier 2008).

Bu sonuçlar maneviyatın travmatik durumlarda işlevselliğini göstermektedir. Bu çerçevede maneviyat travmatik durumlarda bir ilk yardım müdahalesi olarak psikolojik ilk yardım müdahalesine entegre edilebilir. Maneviyatın psikolojik ilk yardım sürecinde kullanılması fiziksel ve psikolojik ilk yardım ilkelerinden çok ayrı değildir. Dolayısıyla yapılacak müdahaleler psikolojik ve fiziksel ilk

yardım ilkelerinden ayrı olmayacak şekilde yerine getirilmelidir (Komisyon 2023d). Bu çerçeve de manevi ilk yardım sürecinde diğer yardım ekipleriyle uyumlu ve koordineli çalışılmalı ve gerektiği durumlarda diğer uzmanlara yönlendirme yapılmalıdır. Psikolojik ilk yardımın aşamaları olan izle, dinle, bağ kur, aşamaları dikkate alınarak saha ve afetzedeler gözlenmeli, etkin bir şekilde dinlenme ve sorunlara çözüm önerileri getirilmeye çalışılmalıdır. Afetzedelerin yakınlarının ölümünden sorumlu olduğunu düşünmesi, ahiretteki durumları ile ilgili endişeler gibi manevi stresi azaltacak sağlam kaynaklardan kısa ve öz doğru bilgilendirme yapılmalıdır (Komisyon 2023b).

Travmatik durumlardan sonra bireylerde normal olmayan fiziksel ve psikolojik sorunlar gelişebilir. Uyku problemleri, yeme bozuklukları, mide bağırsak sorunları, baş ağrıları, irkilme tepkileri travmatik durumlarda bireylerde görülen olağan fiziksel tepkilerdir. Bu durumlardaki bireylere yanınızdayız ve güvendesin mesajı sakin cümlelerle ve göz teması kurularak verilmelidir. Beden duruşu ve bakışlarıyla gerçeklikten kopan bireylerin kendisiyle ve çevresiyle bağ kurmaları sağlanmalı onu içinde bulunduğu ana getiren “adınız nedir?”, “neredeyiz?”, “bugün günlerden ne?” gibi sorular sorulmalıdır (Komisyon 2023a).

Kayıp durumlarında vefat haberi verirken mümkün olduğunca sakin bir ortam oluşturulmalı, kayıp haberi sağlık ekibi vb destek birimleri ile birlikte verilmelidir. Sakin bir ses tonu ile kayıp bildirilmeli ve “mekânı cennet olsun” gibi dua ifadeleri kullanılmalıdır. Bağırma, ağlama gibi duygusal tepkilerin yaşanmasına izin verilmeli, bu durumda sessiz ve sakin kalınmaya çalışılmalıdır. Ağlama tepkisi engellenmemeli, dikkat başka konuya çekilmemeli ve ağlamanın yas sürecine olumlu etkisi unutulmamalıdır. “Ağlama”, “şükret”, “sabret”, “dua et” şeklinde direktif veren ve “koca adamsın, ağlama” gibi duyguları bastıran ve “Allah’ın gücüne gider”, “kadere isyan mı ediyorsun” gibi ifadeler kullanılmamalıdır. Çevredeki insanların kendini “hakim, ol, ağlamak ölüye azaptır, ağlamak Allah’a isyandır” gibi cümlelerle baskı oluşturmaya da izin verilmemelidir. “Ağla açılırsın, iyi olman için ağlaman gerek” vb cümlelerde kurulmamalıdır. Vefat edin kişinin ismi kullanılmalı ya da ‘anneniz, kardeşiniz’ şeklinde isimlendirilmeli ‘mevta, rahmetli’ gibi ifadeler kullanılmamalıdır. Vefat eden kişi için yapılabilecek eylemler hatırlatılabilir. Yine Kur’an okumak, vefat eden adına sadaka vermek, dua etmek, yardım faaliyetlerine katılmak bireyleri günlük hayata dönmelerini sağlayabilir (Komisyon 2023a, 2023b).

Travmatik durumlarda bireylerle iletişim kurarken verilecek duygusal tepkilere dikkat edilmelidir. Benden duruşu, ses tonu karşındaki bireyi etkiler. Bu durumlarda hüznülenmek ve bunun beden dilimize yansması normal bir durumdur. Bu tür durumlarda denge ve sakinlik hali korunmalıdır. Kişilere

acı olarak bakılmamalıdır. Bu durum insanların kendilerini güçsüz, yetersiz ve çaresiz hissetmelerine neden olacaktır. Şefkatle bakılmalı acı olarak bakılmamalıdır (Komisyon 2023d). Travma geçiren bireylerin gösterdiği olumsuz tepkiler tehlike koşulları devam ettikçe devam edecektir (de Jong vd. 2001). Oysa güvenlik sağlanması durumunda bireylerdeki olumsuz tepkiler zaman içinde azalmaktadır (Silver vd. 2002). Tehlikenin devam ettiği durumda bile eğer güvenlik hissi korunuyorsa travma sonrası stres tepkileri büyük ölçüde düşmektedir (Grieger, Fullerton, ve Ursano 2003). Dolayısıyla güvenlik ihtiyacı öncelikli bir ihtiyaçtır. Bu durumda güven duygusu oluşturulmalıdır. Yetişkinler için temel güven bireyin yaşadığı yer, çocuklar ve ergenlerde ise aile ve yakınlarının yanında bulunmaktadır. Travmatik durumda bireyin kendini, çevresine ve geleceğe güveni sarsılabilir. Manevi anlamda ise Allah'a güveni zedelenebilir. Kendine güveni arttırmak için bireyin güçlü yönleri ön plana çıkarılmalıdır. Çevreye güven için onun yanında olduğunuz hissettirilmeli, geleceği güven için ise "zor günler geçiriyoruz ancak bunları atlatacağız" tarzında umut verici mesajlar verilmelidir. Allah'a güveni arttırmak için ise Allah'ın rahmetinden bahsedilmeli, sabretmemenin mükâfatını bildirine ayetler "Ey iman edenler! Sabır ve namazla yardım dileyin. Şüphesiz Allah sabredenlerle beraberdir (Bakara 2/155), Zorluklara göğüs gerip sabredenler, yararlı ve iyi işler yapanlar için bağışlanma ve büyük bir ödül vardır." (Hud 11/11), De ki: "Ey kendi aleyhine haddi aşan kullarım! Allah'ın rahmetinden ümidinizi kesmeyin. Şüphesiz Allah, bütün günahları bağışlar. Çünkü O, çok bağışlayandır, çok merhamet edendir." (Zümer 39/10 vb.) okunabilir. Yine güven vermek için kısa ve net cümleler kurulmalı, belirsizlik hissettirecek cümlelerden uzak durulmalıdır. Güven vermek için uzun vadeli sözler verilmemelidir. Şartlar elvermesi ve istenmesi durumunda grup halinde dua ve ibadetler yapılmalıdır. Bu şekildeki ibadetler bireylerde yalnız olmadıkları hissini uyandırıp bireyin çevreye ve dua etmelerinden dolayı da Allah'a güvenlerini arttıracaktır (Komisyon 2023d).

Afet gibi travmatik durumlarda afetzedelerin ilk aylarda yoğun bir stres, kaygı, üzüntü gibi ağır duygular yaşamalarının ve yeme ve uyku, bozukluklarının, TSSB tepkileri geliştirmelerinin anormal bir durumun normal tepkileri olduğu ifade edilmelidir (Hobfoll vd. 2007). Bu durumlardan dolayı gösterilen ani davranışlar pişmanlık ve suçluluk duygusu oluşturabilir. Olumsuz duygusal, bilişsel ve davranışsal tepkiler olağanüstü durumlara verilen doğal tepkiler olduğu belirtilebilir. Yine duygu ve düşüncelerden dolayı bireyler yargılanmamalı empatik bir tarzda yaklaşılmalıdır. Anlatılmayan detaylar sorulmamalı bunun yerine sadece etkin dinleme yapılmalıdır. Bir başka birey örnek gösterilip onun daha zor durumda olduğu, kendisinin şanslı olduğu ima

edilmemelidir. “Allah güçlöleri sınır”, “Allah derdi sevdiklerine verir”, “şükretmek lazım”, “ne yapalım kaderimiz böyleymiş”, “böyle konuşmak doğru” şeklinde basmakalıp sözler kullanılmamalıdır. Travmatik duruma maruz kalan bireyler yaşadıkları şok nedeniyle zihinsel karışıklık yaşayabilir ve gerçeği yansıtmayan şeyler söyleyebilirler. Bu ihtimal göz önünde bulundurularak afetzedede etkin bir şekilde dinlenmelidir. Dinlemede çare üretilmemeli “ayağımı kaybettim” veya “evimi kaybettim” diye ağlayanlara “yeni bir ev yapacaklar”, “senin için protez bacak temin edecekler” gibi çareler üretilmemelidir. Bu tarz bilgilendirmeler duygusal patlama geçtikten sonra daha mantıklı bir zeminde yapılabilir. “Size düşen sabırlı olmak”, “günahlarınıza af dilemelisiniz” şeklinde vaaz ve nasihat dili kullanılmamalıdır. Daha çok dua içeren cümleler kurulmalı, dua ile manevi destek oluşturulmaya çalışılmalıdır. Sesli bir şekilde ve anlaşılır cümlelerle dua edilmeli, ne söyleneceği düşünmeden içten gelen bir tarzda manevi duygular dile dökülmelidir (Komisyon 2023d).

Afetzedenin çaresizlik, güvensizlik ve isyan içindeki söylemlerine Allah’ın merhameti, adaleti, kader, ceza ve imtihan içerikli ayet ve hadislerle karşılık vererek onu susturmaya çalışmayın. Afetzedede olayı imtihan şeklinde yorumluyorsa bu inancından destek olmasını sağlayın ancak yaşananları imtihan şeklinde siz açıklamayın. Yine afetzedede durumu kendisi ‘Allah’tan gelene sabretmek lazım’ şeklinde izah ediyorsa onun sabrını pekiştirin ancak siz direkt sabır telkin etmeyin. Dini söylemler konusunda olumsuz cümleler kullanıldığında itiraz edilmemeli fakat bu söyleme onaylanmamalı da bunun yerine “böyle hissetmeni anlıyorum” ifadesi kullanılmalıdır. Manevi ilk yardımda odak nokta afetzedede ile Allah arasındaki bağı güçlendirmek olduğu için afetzedenin dini ve manevi değerler eşliğinde kendisini iyi hissetmesine ve acılarının hafiflemesine ve hayata yeniden tutunmasına yardımcı olunmalıdır (Komisyon 2023d).

4. MANEVİYATIN ANLAMIN KEŞFİ VE İYİLEŞME SÜRECİNDEKİ ROLÜ

Anlam oluşturma travmatik durumlarında başa çıkmanın temel unsurlarından biridir (Park, Cohen ve Murch 1996). Çünkü travma bireyin kendisi ve dünya ile ilgili algısını tehdit ederek veya parçalayarak işler. Bu süreç bireyin hem travmatik olaya yüklediği anlama hem de kendisini ve dünyayı nasıl algıladığına bağlıdır. Travmatik olaylar yaşayan bireylerin anlam bulmaya çalışmasının bir yolu da maneviyattır (Cadell vd. 2003). Maneviyat ve anlam arasındaki ilişki hem samimi hem de karmaşık bir ilişkidir. Maneviyat çoğu zaman insan için gerçekliğin algılandığı ve yorumlandığı bir merccek olarak işlev gördüğünden dolayı anlam kavramıyla ilişkilidir (McIntosh 1995). Maneviyat bireyin hem sahip olduğu inançları, hedefleri ve duyguları şekillendirir hem de kutsal kabul

ettiği şeyleri daha merkezi bir konuma yerleştirir (Silberman 2005). Maneviyatın bireylerin sağlığını ve iyi oluşunu etkilemesi büyük ölçüde anlam sağlamasından kaynaklanmaktadır (George, Ellison, ve Larson 2002).

Baumeister (1991) psikolojinin ana konusunun anlam olduğunu söylemektedir. Bir anlamda anlam aslında insan doğasını anlayabilmenin esasıdır. Çünkü anlam; hedefler, inançlar, iyi olma, tatmin olma gibi pek çok psikolojik unsuru barındırdığından çok geniş ve derin bir şekilde tanımlanmaktadır (Park 2005a). Baumeisters, *Meanings of Life* (Hayatın Anlamı) adlı çalışmasında anlamın doğasını ele alarak, anlamın; insanların kişisel ve sosyal çevrelerini öngörmelerini, kontrol etmelerini nasıl sağladığını ve insanın davranışların nasıl değiştirdiğini açıklamıştır. Baumeisters (1991, s.358) anlamı şöyle tanımlamıştır "Anlam, adapte olmak, dünyayı kontrol etmek, öz düzenleme ve aidiyet için bir araçtır. Aslında o, dünyada her şey için kullanılabilen en iyi araçtır". Frankl (2014) "anlam istencini" insanın en temel ve birinci güdü olduğunu ifade ederek hayatın amacının zevk veya güç kazanmak değil hayatta anlam ve değer bulmak olduğunu iddia etmiştir. Frankl anlamın yaşamın doğasında olmadığını ancak her bireyin kendisinin aktif olarak anlam yaratması gerektiğini belirtmektedir.

Park ve Folkman, (1997) hayatın genel anlamına atıfta bulunma anlamında 'küresel anlam' kavramını kullanmakta ve bunun üç bölümden oluştuğunu söylemektedirler. Bunlar küresel inançlar, küresel hedefler ve öznel duygulardır. Küresel anlam günlük hayatın rutininde ve kriz veya felaket durumlarında önemli işlevlere sahiptir. Küresel inançlar adalet, şans, kontrol, öngürülebilirlik, tutarlılık, iyilikseverlik ve kişisel kırılganlık gibi inançlardır ve bunlar insanın yaşamışlıklarını yorumlamada kullandığı temel şemalardır. Küresel inançlar dünya görüşü, kişisel teoriler, varsayımsal dünyalar olarak da tanımlanmaktadır (Silberman 2005). Küresel hedefler, insanların yaşamında önemli gördüğü ve olmak istediği idealler ve durumlardır. Hedefler bireyin planları, faaliyetleri ve davranışlarını hakkında bilgi verir. Genel kişisel yaşam hedefleri arasında insan ilişkileri, iş, zenginlik, bilgi ve başarı yer alır (Emmons 2003). Öznel duygular ise yaşamda bir anlam ve amaç duygusu anlamına gelir. Öznel duygular, kişiyi tüm iç yaşamının yaygın bir niteliği olup duygular ve düşünceler olarak deneyimlenmektedir. Öznel duygular nihai hedeflere ulaşmaktan çok bu hedeflere doğru yönelmiş olma duygusudur (Baumeister 1991).

Küresel anlam sistemleri bilinçsiz bir şekilde oluşturulur ve bireyin yakın aile çevresi ve diğer kültürel araçlar yoluyla edinilir. Küresel anlamın oluşmasında her ne kadar farkındalık olmasa da bu anlam insanların düşünceleri ve duyguları üzerinde etkili olup, yorumlar, hedefler, hayat memnuniyeti yoluyla günlük yaşama aktarılır. Maneviyatın küresel anlam üzerindeki etkileri ise bu çerçevede

gerçekleşir (Park 2005a). Bu anlamda insanlar genelde kendi hayatları üzerinde kontrol sahibi olduğuna, dünyanın adil olduğuna, iyi insanlar olduklarına, iyi insanların başına kötü şeylerin gelmediğine ve Tanrı'nın iyi olduğuna ve onları koruduğuna dair inançları vardır (Janoff-Bulman ve McPherson Frantz 1997). Hayatın olağan akışını bozan bir durumla ya da travmatik bir olayla karşılaştıklarında dünyanın adil olduğu, iyi insanların zarar görmeyeceği gibi küresel inançları ve sosyal ilişkileri (aile, eş-dost) devam edeceği gibi küresel hedefleri zarar görmüş olur ve insanlar anlamsızlık duygusu yaşayabilir (Silberman 2005). Travmatik olayların yarattığı bu anlam krizleri insanları olayların niçin kendi başına geldiği ve sonuçlarının nasıl olacağı konusunu anlamaya zorlar. Bireylerin travmatik durumda sahip olduğu küresel anlamlar ile değerlendirilen anlam arasındaki uyumsuzluk bireyde kontrol kaybı, öngörülebilirlik veya dünyanın anlaşılabilirliği inancı ile ilgili tutarsızlıklar yaratır. İşte bu durumda insanlar bu tutarsızlıkları azaltmak için yeni arayışlar içinde olur. Durumu farklı şekilde değerlendirmeye, inançları ile hedefleri arasında yeniden tutarlılık sağlamak amacıyla gözden geçirme ve yeniden düzenleme girişimleri olmaya başlar. Yeniden düzenlenen değerlendirmeler ve tutarsızlığın azaldığı süreçler küresel anlam sistemine entegre edilir (Park 2005a).

Maneviyat, ölüm ve acı gibi anlaşılmaz travmatik durumlarda bireylere anlaşılmaz görünen yüzeyin altında temel bir düzen, amacın veya bir mantığın olduğuna dair olasılıklar ileri sürer. Maneviyatın ileri sürdüğü anlam sistemine güven, seküler anlam sistemine duyulan güvenden daha yaygın, kapsamlı, evrensel ve varoluşsal açıdan daha tatmin edicidir (Pargament vd., 2005). Maneviyat, bireyin karşılaştığı en acı travmatik durumda bile bir anlam sunabilme potansiyaline sahiptir. Travmatik olaylarla ilgili yapılan nedensel atıflar yani olayın neden meydana geldiği ile ilgili atıflar seküler, doğalcı atıflar veya manevi atıflar şeklindedir. Ölümcül bir hastalık için doğal açıklamalar stres, zayıflamış bağışıklık sistemi, patojenler şeklinde açıklanırken manevi atıflar Tanrı'nın hastaya birşey öğretme, cezalandırma, başkalarına ders verme veya imtihan şeklinde açıklanmaktadır. Manevi açıklamalar daha çok yüksek belirsizlik ve tehdit durumlarında daha çok tercih edilmektedir (Hood, Hill, ve Spilka 2009).

Yaşanan travmatik olaylar ilk başlarda rastgele, anlamsız ve çok trajik görünür fakat manevi anlamlandırma ile bu durum farklı şeylere dönüşür. Maneviyat yaşanan olayı; hayatı daha iyi değerlendirmek ve manevi anlamda gelişmek için bir fırsat, Tanrı'yla birlikte olmak için bir şans, daha kötü bir şeyin gerçekleşmesi için sevgi dolu bir eylem, bir imtihan olarak yorumlamaktadır. Böylece maneviyat stresin ve anlam arayışının en yoğun olduğu bu zamanlarda etkisini göstermiş olmaktadır (Pargament, 2001).

Yaşan bir olay maneviyat bakış açısıyla oldukça farklı bir şekilde görülebilir. Manevi inançlar olayların rastgele olmadığını, yaşananların daha büyük bir planın parçası olabileceği, kişisel olgunlaşmaya kaynaklık edebileceği gibi yorumlamalarla olayın anlamı için bir dizi seçenek sunmaktadır. Bazen yaşanan travmatik durumu bazı bireyler “Tanrı’nın kendilerine zarar vermeyeceğine” ve “kendi güçlerinin üzerinde olan şeyleri başlarına getirmeyeceğine,” “Tanrı’nın yaşanan bu olay vasıtasıyla önemli bir şey iletmeye çalıştığına,” “Tanrı’nın bir cezası olduğuna” veya “bunlarla kendilerinin bir sınamaya tabi tutulduğuna” dolayısıyla sabır göstermeleri gerektiğine inanırlar (Furnham ve Brown 1992).

Yapılan çalışmalar travmatik olaylar olumlu bir manevi çerçevede anlaşıldığında daha kolay atlanıldığını, ölüm, ağır yaralanma ve diğer kayıpların Tanrı’nın iradesine atfedilmesinin genelde daha iyi sonuçlarla bağlantılı olduğunu göstermiştir (Pargament, 2001). Büyük travmatik olaylardan sonra manevi ve dini hedeflere bağlanmak ve manevi kaynaklardan teselli aramak iyileşme ile güçlü bir ilişkili olduğu tespit edilmiştir (Emmons, Cheung, ve Tehrani 1998). Yapılan bir diğer çalışmada ise manevi anlamlandırma ile baş etmenin olumsuz sonuçlarının olabileceğini ortaya koymuştur. Yatarak tedavi gören yaşlı hastaların kendi hastalıkları ile ilgili olarak hastalığın şeytanın işi olduğu veya Tanrı’nın kendisini terk ettiği gibi olumsuz dini ve manevi yorumlar yüksek ölüm oranları ile ilişkili bulunmuştur. Bu çalışmada sosyo demografik değişkenler ile fiziksel ve ruhsal sağlık sorunları kontrol edilerek bu sonuca ulaşılmıştır (Pargament vd., 2001).

Exline ve Rose (2005) dini ve manevi yorumlamaların olumsuz olarak yapılması durumunda daha fazla sıkıntı ve olumsuz sonuçlara yol açtığını ifade etmektedirler. Ölümcül hastaların bakıcılarıyla ilgili yapılan çalışmada bakıcıların bazıları kendi durumlarının “Tanrı’nın haksız bir cezası” veya “Tanrı’nın kendilerini terk ettiği” şeklinde yorumlamışlardır. Yapılan bu yorumlar olumsuz psikolojik uyumla ilişkili olduğu tespiti yapılmıştır. Yine maneviyat ve yas üzerinde yapılan araştırmalarda maneviyatın kayıp sonrası anlam yaratma sürecine karmaşık şekillerde dahil olduğunu göstermiştir. Ani bebek ölümü sendromundan ölen bebeklerin yaşlı anne babaları üzerinde yapılan çalışmada anne babaların ölümden kısa bir süre sonra manevi anlam arayışına girdikleri ve bunun iyi uyumla ilişkili olduğu ve zaman geçtikçe iyi uyumla ilişkinin arttığı sonucu tespit edilmiştir (McIntosh, Silver, ve Wortman 1993). Bu sonuçlar güçlü manevi inançlara sahip olan bireylerin olumlu dünya görüşleri ani ve açıklanamaz kayıplar durumunda başlangıç sıkıntısıyla ilişkili olarak her ne kadar paramparça olsa da yaşanan bu travmatik olay anlam oluşturma, başa çıkma yoluyla küresel anlamlara entegre edilerek sonuçta daha iyi uyum sağlandığını göstermektedir (Park 2005a).

Üniversite öğrencileri üzerine yapılan ve önemli bir yakınıni kaybetme ile başa çıkma arasındaki ilişkinin araştırıldığı çalışmada maneviyatın başlangıçta küresel inanç ve hedeflerin bozulmasıyla ilişkili olduğu tespit edilmiştir (Park 2005b). Dinin yas durumundaki bireylerde yasin başlangıcında olanlarda davetsiz düşünce ve kaçınma şeklinde yansıtılan daha fazla anlam oluşturunca başa çıkma ile ilişkili olduğu tespit edilmiştir. Yaşları bir yıl önce gerçekleşmiş olan kişilerde bu etkiler ortadan kalkmış, nihayetinde tersinde dönmüş ve din ile uzun vadeli uyum arasında olumlu bir ilişki tespit edilmiştir. Bu araştırma sonuçları göstermektedir ki maneviyatı yüksek olan kişiler yas sonrasında başlangıçta daha fazla bozulma yaşamakta fakat zamanla maneviyat travmatik durumlara uzun vadede daha iyi uyum sağlayıcı etkileri olmaktadır (Park 2005a).

Din ve maneviyatın travmatik durumlardaki iyi oluş ve psikolojik uyum üzerindeki pozitif etkilerine ilaveten anlam yaratan başa çıkmanın bir sonucu olarak travmatik büyümeye etkisi de son zamanlarda deneysel çalışmalara konu olmuştur. Travmatik büyüme ile insanların yaşamlarına tamamen yeniden yön vermeye, kendilerini yeniden gözden geçirmeye ve kendilerini önceliklerine adamaya yönelik derin değişiklikler yaşamaktadırlar. Yine sevdikleri ile daha yakın olmak, stresle daha iyi başa çıkmak, kendilerine daha iyi bakmak, Tanrı'ya daha yakın olmak, hayatın günlük yönlerini daha fazla takdir etmek ve yeni şeyler deneme cesaretine sahip olmak gibi küçük değişikliklerde yaşadıkları tespit edilmiştir (Calhoun vd., 2014).

Travmatik olayların bireylerde olumlu değişimler meydana getireceği düşüncesi birçok dinde yaygındır. Dini gelenekler ruhsal gelişimin ve değişimin öncelikle acı çekilen zamanlarda gerçekleştiğini belirtirler. Dolayısıyla insanlar acı çekerek karakterlerini, başa çıkma becerilerini ve gelecekte mücadelelerini daha başarılı yönetmelerini sağlayacak deneyimlerinin temelini geliştirmiş olurlar. Yine din ve maneviyat insanlarda merhamet, affetme vb. erdemlerin gelişmesini de sağlayarak insanların acılarına karşı duyarlı olmalarını sağlar (Exline 2002).

Travmatik olayların bireylerde olumlu değişimleri yaratmasından etkili olan faktörler bireylerdeki içsel dindarlık, dini atıflar ve anlamlandırmalar ile dini başa çıkma tarzlarıdır. Maneviyatın aynı zamanda yas durumları, otistik bir çocuk yetiştirme (Tarakeshwar ve Pargament 2001), kanser teşhisi (Tomich ve Helgeson 2004), cinsel saldırı (Frazier vd. 2004) ve HIV pozitif test (Siegel ve Schrimshaw 2000) gibi farklı travmatik yaşam olaylarıyla karşı karşıya kalan bireylerde de büyümeyle ilişkili olduğu tespit edilmiştir. Bireylerin karşılaştığı bu tür kriz durumlarını anlamlandırmada manevi bir çerçeveye ve dini sosyal desteğe sahip olmak stresli durumun olumlu yönlerini görmeye ve daha fazla anlam çıkarmaya yardımcı olmaktadır (Park 2004).

Travmatik durumlardan sonra bireyde gelişen travmatik büyüme manevi nitelikte olup bireyin başa çıkma becerilerini, sosyal destek ve ilişkilerini, yenilenen bakış açılarını ve yaşam felsefelerini şekillendirir. Yapılan çalışmalar travmatik bir durumdan sonra pek çok kişinin kendilerini Tanrı'ya daha yakın hissettiklerini, inançlarından daha emin olduklarını, daha fazla dini anlamlandırma ve başetme yöntemleri kullandıklarını, dini topluluklara daha fazla katıldıkları ve dini bağlılıklarının daha fazla arttığı tespit edilmiştir (Emmons, Colby, ve Kaiser 1998).

Sonuç

Genel olarak afetlerin çoğu önlenemediği için afetlere yönelik müdahaleler geliştirilmesi ve bu müdahalelerin gittikçe daha da rafine edilmesi gerekmektedir. Psikolojik ilk yardım afet durumlarında bireylerin yaşadıkları travmanın sıkıntılarını azaltmaya ve iyileşmeyi hızlandırmaya yardımcı olacak evrensel kabul görmüş bir uygulamadır. Psikolojik ilk yardım gelişmeye devam edecek ve etkinliği daha da fazla olacaktır. Bu etkinliğin artmasında din ve maneviyatın kullanılması önemli katkılar sağlayacaktır. Yapılan birçok çalışma din ve maneviyatın bireylerin fiziksel ve ruhsal sorunlarının iyileşmesinde önemli roller oynadığını göstermiştir. Afetzedelerle çalışan ruh sağlığı uzmanları dini ve manevi değerleri psikolojinin sunduğu tekniklerle entegre ederek afet sonrasında bireysel ve toplumsal iyileşmeyi kolaylaştırma potansiyeline sahip olduğu belirlenmiştir. Psikolojik ilk yardım müdahalesinde dinin ve maneviyatın kullanılması hem mikro hem makro düzeyde bir yaklaşım sağlayarak bütüncül bir bakıma kapı açacaktır.

Psikolojik ilk yardım uygulamasında travmatik olayı anlamak ve olumsuz etkileri aşmada manevi desteği etkin hale getirmek travmanın türüne, travmanın olduğu yere bağlı olduğu gibi kültürel etmenlere de bağlıdır. Psikolojik ilk yardımda maneviyat önemli sonuçlar ortaya çıkarma potansiyeline sahiptir. Güven verme, sakinleşmeyi sağlama, umut duygusunu güçlendirme psikolojik sonuçların atlatılmasında önemli faktörlerdir. Manevi tekniklerin etkili olması mümkün olmakla birlikte bunun iyileşmelerle ne ölçüde ilişkili olacağını kestirmek zordur. Psikolojik ilk yardım müdahalesinde travmatize olan bireylerin tercihlerini dikkate olmak gereklidir. Psikolojik ilk yardımda maneviyatın kullanımı herkese uyan tek bir müdahale şekli değildir. Tamamen afetzedenin durumu dikkate alınarak maneviyatın kullanımı sağlanmalıdır.

Psikolojik ilk yardıma entegre edilmiş bir maneviyat yaşanan afet durumun anlamlandırmasında da önemli kaynaklara sahiptir. Maneviyat bireyin küresel inançlarını, hedeflerini ve öznel iyi oluş duygusunu da etkilemektedir. Bireylerin yaşadıkları travmalar veya büyük stres faktörleriyle karşılaşmalarında

maneviyatın ve anlamın oynadığı roller önemlidir. Yapılan pek çok çalışma maneviyatın yüksek stresli durumlarla başa çıkma ve bu durumdan kurtulma sürecini nasıl etkilediği veya manevi anlamın bu süreçte nasıl değiştiğini göstermiştir. Manevi anlam insanın dayanıklılık ve büyüme kapasitesine dair iç gözü sağlaması açısından da önemli katkılara sahiptir. Bugüne kadar yapılan çalışmalardan elde edilen kanıtlar manevi anlamın stresli durumlarla başa çıkma üzerinde hem olumlu ve hem de olumsuz kanıtların olduğunu göstermiştir. Ancak manevi anlamın olumlu yaşam değişiklikleri ve stresli durumların ardından büyüme arasında güçlü bağlantıları daha derinlemesine incelenmesi gerekmektedir.

Kaynakça

1. AFAD. (2014). *Acıklamalı Afet Yonetimi Terimleri Sözlüğü*. Ankara: T.C. Başbakanlık Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı.
2. Ahmad, Samoon, Adriana Feder, Elisa J. Lee, Yanping Wang, Steven M. Southwick, Erica Schlackman, Katherine Buchholz, Angelique Alonso, ve Dennis S. Charney. (2010). "Earthquake Impact in a Remote South Asian Population: Psychosocial Factors and Posttraumatic Symptoms". *Journal of Traumatic Stress* 23(3):408-12. doi: 10.1002/jts.20535.
3. Ai, Amy L., Toni Cascio, Linda K. Santangelo ve Teresa Evans-Campbell. (2005). "Hope, Meaning, and Growth Following the September 11, 2001, Terrorist Attacks". *Journal of Interpersonal Violence* 20(5):523-48. doi: 10.1177/0886260504272896.
4. Alataş, Gazi, ve Ayşe Çelik. (2021). "Afetlerde Manevi Destek Hizmetleri". Ss. 98-105 içinde *Olağanüstü Durumlarda Manevi Danışmanlık Ve Rehberlik: Disiplinlerarası Araştırmalar*, editör O. Gürsu, Ö. F. Söylev, ve B. Demirtaş. Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları.
5. Allen, Brian, Melissa J. Brymer, Alan M. Steinberg, Eric M. Vernberg, Anne Jacobs, Anthony H. Speier, ve Robert S. Pynoos. (2010). "Perceptions of Psychological First Aid Among Providers Responding to Hurricanes Gustav and Ike". *Journal of Traumatic Stress* 23(4):509-13.
6. Altınlı-Macić, Merve, ve Thomas J. Coleman. (2015). "Spirituality and Religion: An Empirical Study Using a Turkish Muslim Sample". *Psychology of Religion in Turkey* 160-76.
7. Ano, Gene G., ve Erin B. Vasconcelles. (2005). "Religious Coping and Psychological Adjustment to Stress: A Meta-Analysis". *Journal of Clinical Psychology* 61(4):461-80. doi: 10.1002/jclp.20049.
8. Aten, Jamie D., Kari A. O'Grady, Glen Milstein, David Boan, ve Alice Schrub. (2014). "Spiritually Oriented Disaster Psychology." *Spirituality in Clinical Practice* 1(1):20.
9. Banford, Alyssa J., Thulitha Wickrama, ve Scott A. Ketting. (2014). "Physical Health Problem Intrusion Linking Religious Attributions to Marital Satisfaction in Survivors of the 2004 Tsunami". *Journal of Geography & Natural Disasters* 04(01):1-8. doi: 10.4172/2167-0587.1000118.
10. Bash, Anthony. (2004). "Spirituality: The Emperor's New Clothes?" *Journal of Clinical Nursing* 13(1):11-16.
11. Baumeister, Roy F. (1991). *Meanings of Life*. Revised ed. edition. New York: The Guilford Press.

- 12.Bradfield, Cecil, Mary Lou Wylie, ve Lennis G. Echterling. (1989). "After the Flood: The Response of Ministers to a Natural Disaster". *Sociological Analysis* 49(4):397-407. doi: 10.2307/3711225.
- 13.Brymer, M., A. Jacobs, C. Layne, R. Pynoos, J. Ruzek, A. Steinberg, E. Vernberg, ve P. Watson. (2006). *Psychological First Aid: Field Operations Guide*. 2nd Edition. Los Angeles: National Child Traumatic Stress Network and National Center for PTSD.
- 14.Cadell, Susan, Cheryl Regehr, ve David Hemsworth. (2003). "Factors Contributing to Posttraumatic Growth: A Proposed Structural Equation Model". *American Journal of Orthopsychiatry* 73(3):279-87.
- 15.Calhoun, Lawrence G., Richard G. Tedeschi, Lawrence G. Calhoun, ve Richard G. Tedeschi. (2014). *Handbook of Posttraumatic Growth: Research and Practice*. 1. bs. Routledge.
- 16.Civaner, Murat, Kevser Vatansever, Harun Balcioglu, Cavit Isik Yavuz, ve Ozlem Sarikaya. (2010). "Education for Healthcare in Disasters: An Imperative for Undergraduate Medical Education". *Medical Journal of Trakya University* (28). doi: 10.5174/tutfd.2010.03529.1.
- 17.Delbecq, André L. (2005). "Spiritually-Informed Management Theory: Overlaying the Experience of Teaching Managers". *Journal of Management Inquiry* 14(3):242-46.
- 18.Demircioğlu, Melis, Zeynep Şeker, ve Ahmet Tamer Aker. (2019). "Psychological First Aid: Objectives, Practicing, Vulnerable Groups and Ethical Rules to Follow". *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar* 11(3):351-62.
- 19.Drayer, C. S., D. C. Cameron, W. D. Woodward, ve A. J. Glass. (1954). "Psychological First Aid in Community Disaster". *Journal of the American Medical Association* 156(1):36-41.
- 20.Emery, Erin E., ve Kenneth I. Pargament. (2004). "The Many Faces of Religious Coping in Late Life: Conceptualization, Measurement, and Links to Well-Being". *Ageing International* 29:3-27.
- 21.Emmons, Robert A. (2003). *The Psychology of Ultimate Concerns: Motivation and Spirituality in Personality*. 1st edition. New York, NY: The Guilford Press.
- 22.Emmons, Robert A., Chi Cheung, ve Keivan Tehrani. (1998). "Assessing Spirituality Through Personal Goals: Implications for Research on Religion and Subjective Well-Being". *Social Indicators Research* 45(1):391-422. doi: 10.1023/A:1006926720976.
- 23.Emmons, Robert A., Patricia M. Colby, ve Heather A. Kaiser. (1998). "When Losses Lead to Gains: Personal Goals and the Recovery of

- Meaning.” içinde *The human quest for meaning*, editör P. T. P. Wong ve P. S. Fry. New Jorsey: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- 24.Everly Jr, George S. (1999). “Emergency Mental Health: An Overview.” *International journal of emergency mental health* 1(1):3-7.
- 25.Everly Jr, George S. (2000). “Special Articles" Pastoral Crisis Intervention": Toward a Definition”. *International Journal of Emergency Mental Health* 2(2):69-71J.
- 26.Everly Jr, George S., ve Jeffrey M. Lating. (2017). *The Johns Hopkins Guide to Psychological First Aid*. JHU Press.
- 27.Everly Jr, George S., ve Jeffrey M. Lating. (2021). “Psychological first aid (PFA) and disasters”. *International review of psychiatry* 33(8):718-27.
- 28.Exline, Julie Juola, ve Ephraim Rose. (2005). “Religious and Spiritual Struggles”. içinde *Handbook of the Psychology of Religion and Spirituality*. New York: Guilford Press.
- 29.Exline, Julie Juola. (2002). “Stumbling Blocks on the Religious Road: Fractured Relationships, Nagging Vices, and the Inner Struggle to Believe”. *Psychological Inquiry* 13(3):182-89.
- 30.Falsetti, Sherry A., Patricia A. Resick, ve Joanne L. Davis. (2003). “Changes in Religious Beliefs Following Trauma”. *Journal of Traumatic Stress* 16(4):391-98. doi: 10.1023/A:1024422220163.
- 31.Fontana, Alan, ve Robert Rosenheck. (2004). “Trauma, Change in Strength of Religious Faith, and Mental Health Service Use Among Veterans Treated for Ptsd”. *The Journal of nervous and mental disease* 192(9):579-84.
- 32.Forbes, David, Mark Creamer, Jonathan I. Bisson, Judith A. Cohen, Bruce E. Crow, Edna B. Foa, Mathew J. Friedman, Terence M. Keane, Harold S. Kudler, ve Robert J. Ursano. (2010). “A Guide to Guidelines for the Treatment of Ptsd and Related Conditions”. *Journal of Traumatic Stress* 23(5):537-52. doi: 10.1002/jts.20565.
- 33.Forbes, David, Virginia Lewis, Tracey Varker, Andrea Phelps, Meaghan O'Donnell, Darryl J. Wade, Josef I. Ruzek, Patricia Watson, Richard A. Bryant, ve Mark Creamer. (2011). “Psychological First Aid Following Trauma: Implementation and Evaluation Framework for High-Risk Organizations”. *Psychiatry: Interpersonal & Biological Processes* 74(3):224-39.
- 34.Frankl, Viktor E. (2014). *The Will to Meaning*. New York: Penguin Publishing Group.
- 35.Frazier, Patricia, Ty Tashiro, Margit Berman, Michael Steger, ve Jeffrey Long. (2004). “Correlates of Levels and Patterns of Positive Life Changes

- Following Sexual Assault.” *Journal of consulting and clinical psychology* 72(1):19.
- 36.Furnham, Adrian, ve Laurence B. Brown. (1992). “Theodicy: A Neglected Aspect of the Psychology of Religion”. *The International journal for the Psychology of Religion* 2(1):37-45.
- 37.George, Linda K., Christopher G. Ellison, ve David B. Larson. (2002). “Explaining the Relationships Between Religious Involvement and Health”. *Psychological inquiry* 13(3):190-200.
- 38.Green, Cheryl. (2021). “Spiritual Health First Aid for Self-Care: Nursing During Covid-19”. *Journal of Christian Nursing* 38(3):E28-31. doi: 10.1097/CNJ.0000000000000851.
- 39.Grieger, Thomas A., Carol S. Fullerton, ve Robert J. Ursano. (2003). “Posttraumatic Stress Disorder, Alcohol Use, and Perceived Safety After the Terrorist Attack on the Pentagon”. *Psychiatric Services* 54(10):1380-82.
- 40.Hall, M., ve Eric L. Johnson. (2001). “Theodicy and therapy: Philosophical/theological contributions to the problem of suffering.” *Journal of Psychology and Christianity*.
- 41.Harlos, Karen P. (2000). “Toward a Spiritual Pedagogy: Meaning, Practice, and Applications in Management Education”. *Journal of Management Education* 24(5):612-27.
- 42.Harris, J. Irene, Christopher R. Erbes, Brian E. Engdahl, Raymond HA Olson, Ann Marie Winkowski, ve Joelle McMahill. (2008). “Christian religious functioning and trauma outcomes”. *Journal of clinical psychology* 64(1):17-29.
- 43.Hill, Peter C., Kenneth II. Pargament, Ralph W. Hood, Michael E. McCullough Jr., James P. Swyers, David B. Larson, ve Brian J. Zinnbauer. (2000). “Conceptualizing Religion and Spirituality: Points of Commonality, Points of Departure”. *Journal for the Theory of Social Behaviour* 30(1):51-77. doi: 10.1111/1468-5914.00119.
- 44.Hobfoll, Stevan E., Patricia Watson, Carl C. Bell, Richard A. Bryant, Melissa J. Brymer, Matthew J. Friedman, Merle Friedman, ve Berthold P. R. Gersons. (2007). “Five Essential Elements of Immediate and Mid-Term Mass Trauma Intervention: Empirical Evidence”. *Psychiatry* 4(70):283-315. doi: 10.1521/psyc.2007.70.4.283.
- 45.Hood, Ralph W., Peter C. Hill, ve Bernard Spilka. (2009). *The Psychology of Religion, Fourth Edition: An Empirical Approach*. Fourth edition. New York: The Guilford Press.

46. Janoff-Bulman, Ronnie, ve Cynthia McPherson Frantz. (1997). "The Impact of Trauma on Meaning: From Meaningless World to Meaningful Life". Ss. 91-106 içinde *The transformation of meaning in psychological therapies: Integrating theory and practice*. Hoboken, NJ, US: John Wiley & Sons Inc.
47. Johnson, T., J. Aten, M. Madson, ve P. Bennett. (2006). "Alcohol Use and Meaning in Life Among Survivors of Hurricane Katrina". içinde *Alcohol Use and Meaning in Life Among Survivors of Hurricane Katrina*. British Columbia, Canada.
48. de Jong, J. T., I. H. Komproe, M. Van Ommeren, M. El Masri, M. Araya, N. Khaled, W. van De Put, ve D. Somasundaram. (2001). "Lifetime Events and Posttraumatic Stress Disorder in 4 Postconflict Settings". *JAMA* 286(5):555-62. doi: 10.1001/jama.286.5.555.
49. Kılıç, Nurhayat, ve Nuray Şimşek. (2018). "Psychological First Aid and Nursing". *Journal of Psychiatric Nursing* 9(3):212-18.
50. King, Michael B., ve Harold G. Koenig. (2009). "Conceptualising Spirituality for Medical Research and Health Service Provision". *BMC Health Services Research* 9:116-22. doi: 10.1186/1472-6963-9-116.
51. Komisyon. (2023a). *Afetzedelerde Gözlemlenen Tepkilere Göre Manevi İlk Yardım*. Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları.
52. Komisyon. (2023b). *Afetzedelere Yönelik Manevi İlk Yardım (İlkeler)*. Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları.
53. Komisyon. (2023d). *Afetzedelere Yönelik Manevi İlk Yardım (Uygulama Süreci)*. Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları.
54. Kula, Naci. (2006). "İstenmedik Ve Beklenmedik Olaylarla Karşılaşan Bireylere Yönelik Moral Ve Manevî Desteğin Önemi".
55. Larson, D. B., A. A. Hohmann, L. G. Kessler, K. G. Meador, J. H. Boyd, ve E. McSherry. (1988). "The Couch and the Cloth: The Need for Linkage". *Hospital & Community Psychiatry* 39(10):1064-69. doi: 10.1176/ps.39.10.1064.
56. McCabe, Lee, Adrian Mosley, Howard Gwon, George Everly, Jeffrey Lating, Jonathan Links, ve Michael Kaminsky. (2007). "The Tower of Ivory Meets the House of Worship: Psychological First Aid Training for the Faith Community". *International journal of emergency mental health* 9:171-80.
57. McIntosh, D. N., R. C. Silver, ve C. B. Wortman. (1993). "Religion's Role in Adjustment to a Negative Life Event: Coping with the Loss of a Child". *Journal of Personality and Social Psychology* 65(4):812-21. doi: 10.1037//0022-3514.65.4.812.

- 58.McIntosh, Daniel N. (1995). "Religion-as-Schema, with Implications for the Relation Between Religion and Coping". *The International Journal for the Psychology of Religion* 5(1):1-16. doi: 10.1207/s15327582ijpr0501_1.
- 59.Norris, Fran H., Matthew J. Friedman, Patricia J. Watson, Christopher M. Byrne, Eolia Diaz, ve Krzysztof Kaniasty. (2002). "60,000 Disaster Victims Speak: Part I. an Empirical Review of the Empirical Literature, 1981-2001". *Psychiatry* 65(3):207-39. doi: 10.1521/psyc.65.3.207.20173.
- 60.Oman, Doug, ve Carl E. Thoresen. (2005). "Do Religion and Spirituality Influence Health?" içinde *Handbook of the Psychology of Religion and Spirituality*. New York: Guilford Press.
- 61.O'Rourke, Justin J. F., Benjamin A. Tallman, ve Elizabeth M. Altmaier. (2008). "Measuring Post-Traumatic Changes in Spirituality/Religiosity". *Mental Health, Religion & Culture* 11(7):719-28. doi: 10.1080/13674670801993336.
- 62.Pargament, Kenneth I. (1999). "The Psychology of Religion and Spirituality? Yes and No". *The international journal for the psychology of religion* 9(1):3-16.
- 63.Pargament, Kenneth I. (2001). *The Psychology of Religion and Coping: Theory, Research, Practice*. Revised ed. edition. New York London: The Guilford Press.
- 64.Pargament, Kenneth I., Karen Ishler, Eric F. Dubow, Patti Stanik, Rebecca Rouiller, Patty Crowe, Ellen P. Cullman, Michael Albert, ve Betty J. Royster. (1994). "Methods of Religious Coping with the Gulf War: Cross-Sectional and Longitudinal Analyses". *Journal for the scientific Study of Religion* 347-61.
- 65.Pargament, Kenneth I., Harold G. Koenig, Nalini Tarakeshwar, ve June Hahn. (2001). "Religious Struggle as a Predictor of Mortality Among Medically Ill Elderly Patients: A 2-Year Longitudinal Study". *Archives of Internal Medicine* 161(15):1881. doi: 10.1001/archinte.161.15.1881.
- 66.Pargament, Kenneth, Amy B. Wachholtz, ve Gene Ano. (2005). "The Religious Dimension of Coping: Advances in Theory, Research, and Practice". içinde *Handbook of the Psychology of Religion and Spirituality*, editör R. F. Paloutzian ve C. L. Park. New York: The Guildford Press.
- 67.Park, Crystal L. (2004). "The notion of growth following stressful life experiences: Problems and prospects". *Psychological Inquiry* 15(1):69-76.
- 68.Park, Crystal L. (2005a). "Religion and Meaning". içinde *Handbook of the Psychology of Religion and Spirituality*, editör R. F. Paloutzian ve C. L. Park. New York: Guilford Press.

- 69.Park, Crystal L. (2005b). "Religion as a Meaning-Making Framework in Coping with Life Stress". *Journal of Social Issues* 61(4):707-29. doi: 10.1111/j.1540-4560.2005.00428.x.
- 70.Park, Crystal L., Lawrence H. Cohen, ve Renee L. Murch. (1996). "Assessment and Prediction of Stress-Related Growth". *Journal of personality* 64(1):71-105.
- 71.Park, Crystal L., ve Susan Folkman. (1997). "Meaning in the Context of Stress and Coping". *Review of general psychology* 1(2):115-44.
- 72.Peres, Julio F. P., Alexander Moreira-Almeida, Antonia Gladys Nasello, ve Harold G. Koenig. (2007). "Spirituality and Resilience in Trauma Victims". *Journal of Religion and Health* 46(3):343-50. doi: 10.1007/s10943-006-9103-0.
- 73.Raphael, Beverley. (1986). *When Disaster Strikes: How Individuals and Communities Cope with Catastrophe*. New York: Basic Books.
- 74.Ruzek, Joseph, Melissa Brymer, Anne Jacobs, Christopher Layne, Eric Vernberg, ve Patricia Watson. (2007). "Psychological First Aid". *Journal of Mental Health Counseling* 29:17-49. doi: 10.17744/mehc.29.1.5racqxjueafabgwp.
- 75.Schuster, Mark A., Bradley D. Stein, Lisa H. Jaycox, Rebecca L. Collins, Grant N. Marshall, Marc N. Elliott, Annie J. Zhou, David E. Kanouse, Janina L. Morrison, ve Sandra H. Berry. (2001). "A National Survey of Stress Reactions after the September 11, 2001, Terrorist Attacks". *New England Journal of Medicine* 345(20):1507-12. doi: 10.1056/NEJM200111153452024.
- 76.Sevinç, Kenan, Metin Güven, ve Tuğba Metinyurt. (2015). "Dindar Ve Spiritüel Olmama (disol) Ölçeğinin Türkçe'ye Uyarlanması". *Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* (6):59-86.
- 77.Sezgin, Ufuk, ve Raija-Leena Punamäki. (2012). "Earthquake Trauma and Causal Explanation Associating with PTSD and Other Psychiatric Disorders among South East Anatolian Women". *Journal of Affective Disorders* 141(2):432-40. doi: 10.1016/j.jad.2012.03.005.
- 78.Siegel, Karolynn, ve Eric W. Schrimshaw. (2000). "Perceiving Benefits in Adversity: Stress-Related Growth in Women Living with Hiv/Aids". *Social science & medicine* 51(10):1543-54.
- 79.Silberman, Israela. (2005). "Religion as a Meaning System: Implications for the New Millennium". *Journal of Social Issues* 61(4):641-63. doi: 10.1111/j.1540-4560.2005.00425.x.

- 80.Silver, Roxane Cohen, E. Alison Holman, Daniel N. McIntosh, Michael Poulin, ve Virginia Gil-Rivas. (2002). "Nationwide Longitudinal Study of Psychological Responses to September 11". *Jama* 288(10):1235-44.
- 81.Smith, Bruce W., Kenneth I. Pargament, Curtis Brant, ve Joan M. Oliver. (2000). "Noah Revisited: Religious Coping by Church Members and the Impact of the 1993 Midwest Flood". *Journal of Community Psychology* 28(2):169-86. doi: 10.1002/(SICI)1520-6629(200003)28:2<169::AID-JCOP5>3.0.CO;2-I.
- 82.Strawbridge, William J., Sarah J. Shema, Richard D. Cohen, Robert E. Roberts, ve George A. Kaplan. (1998). "Religiosity Buffers Effects of Some Stressors on Depression but Exacerbates Others". *The Journals of Gerontology Series B: Psychological Sciences and Social Sciences* 53(3):S118-26.
- 83.Tarakeshwar, Nalini, ve Kenneth I. Pargament. (2001). "Religious coping in families of children with autism". *Focus on Autism and other developmental disabilities* 16(4):247-60.
- 84.TDK. (2023). "Maneviyat". Geliş tarihi 01 Ağustos 2023 (<https://sozluk.gov.tr/?kelime=maneviyat>).
- 85.Thompson, Suzanne. (1991). "The Search for Meaning Following a Stroke". *Basic and Applied Social Psychology - BASIC APPL SOC PSYCHOL* 12:81-96. doi: 10.1207/s15324834baspl201_6.
- 86.Tomich, Patricia L., ve Vicki S. Helgeson. (2004). "Is Finding Something Good in the Bad Always Good? Benefit Finding Among Women with Breast Cancer." *Health Psychology* 23(1):16.
- 87.Townsend, Mark, Virginia Kladder, Hana Ayele, ve Thomas Mulligan. (2002). "Systematic Review of Clinical Trials Examining the Effects of Religion on Health". *Southern Medical Journal* 95(12):1429-34.
- 88.United Nations. (2020). "Policy Brief: COVID-19 and the Need for Action on Mental Health".
- 89.WHO. (2011). *Psychological First Aid: Guide for Field Workers*. Geneva: World Health Organization.
- 90.WHO. (2016). "mhGAP Intervention Guide". Geneva: World Health Organization.
- 91.Wortman, Camille B., ve Roxane Cohen Silver. (2014). "Reconsidering Assumptions About Coping with Loss: An Overview of Current Research". *Life crises and experiences of loss in adulthood* 341-65.
- 92.Zinnbauer, Brian J., ve Kenneth I. Pargament. (2005). "Religiousness and Spirituality". içinde *Handbook of the Psychology of Religion and Spirituality*. New York: Guilford Press.

66. Bölüm

Suç Korkusu ve Mekân İlişkisi Üzerine Bir Değerlendirme

Muhammet FIRAT ¹

¹ Dr. Öğr. Üyesi Fırat Üniversitesi İnsani ve Sosyal Bilimler Fakültesi Sosyoloji Bölümü,
muhammetfirat@firat.edu.tr

ÖZET

Bu çalışma suç korkusu ve mekân ilişkisine odaklanmaktadır. Bu bağlamda çalışmada öncelikle suç korkusu ve toplumsal dinamikleri ele alınmaktadır. Çalışmada ele alınan bu dinamikler, günümüz modern toplumlarını daha çok risk, güvensizlik, belirsizlik, korku ile karakterize eden risk toplumu ile suç korkusu arasında ilişkiyi tartışmaktadır. Sonuçta, suç araştırmalarında olduğu gibi suç korkusu çalışmalarında da mekân ve suç korkusu arasında önemli bir ilişki bulunduğu ve suçun-suç korkusunun ortaya çıkmasında mekânın önemli bir referans olduğu tartışılmaktadır. Kentleşmenin temel dinamikleri olarak görülen sanayileşme ve teknolojik yenilikler, özellikle kentsel mekânlarda suç ve suç türlerini artırmıştır. Suç ve suç türlerinde ortaya çıkan bu değişim suça maruz kalma korkusunu da artırmıştır.

1.Giriş

Suç geçmişten günümüzde birey ve toplum hayatını derinden etkileyen çok boyutlu bir kavramdır. Bu nedenle birey, yaşamında çeşitli suçlar ile karşılaşmış ve bir şekilde suçtan etkilenme korkusu ile yaşamak zorunda kalmıştır. Günümüz modern toplumların en ciddi problemlerinden birisi olan suç korkusu ise bireyin sosyal ilişkilerini ve gündelik yaşamını etkileyen ve sosyo-psikolojik etkileri olduğu kadar toplumsal etkileri nedeniyle üzerinde durulması gereken sosyolojik bir olgu olarak görülebilir.

Suç korkusunun mekân ile ilişkisi ele alındığında özellikle kentsel mekânlar öne çıkmaktadır. Hızlı kentleşmeyle birlikte kentsel mekânlar birçok sorunu da ortaya çıkarmıştır. Günümüzde kentlerin bazı bölgeleri-mekânları giderek şiddetin, suçun ve tehlikenin baskın alanları olarak tanımlanmakta ve suç korkusunun zirve yaptığı alanlar olarak öne çıkmaktadır. Karmaşık toplumsal yapısı ile kentlerin suçu arttıran unsurlar barındırması mekân ve suç arasındaki ilişkiye vurgu yapmaktadır. Bu bağlamda güvensiz, riskli ve tehlikeli bölgeler olarak nitelendirilen kentsel mekânlarda suç korkusunun da fazla olduğu söylenebilir.

Suç araştırmalarında olduğu gibi suç korkusu çalışmalarında da mekân ve suç korkusu arasında önemli bir ilişki bulunduğu ve suçun-suç korkusunun ortaya çıkmasında mekânın önemli bir referans olduğu tartışılmaktadır. Kentleşmenin temel dinamikleri olarak görülen sanayileşme ve teknolojik yenilikler, özellikle kentsel mekânlarda suç ve suç türlerini artırmıştır. Suç ve suç türlerinde ortaya çıkan değişim suça maruz kalma korkusunu da arttırmıştır.

Bu çalışmada suç korkusu ve mekân ilişkisi üzerinde durulmaktadır. Bu bağlamda çalışmada öncelikle suç korkusu ve toplumsal dinamikleri ele alınmaktadır. Çalışmada ele alınan bu dinamikler, günümüz modern toplumlarını daha çok risk, güvensizlik, belirsizlik, korku ile karakterize eden risk toplumu ile suç korkusu arasında ilişkiyi tartışmaktadır. Son bölümde ise suç korkusunu açıklayan düzensizlik, alt kültürel çeşitlilik ve kırık camlar yaklaşımları açısından suç korkusu ve mekân ilişkisi irdelenmektedir.

2. Suç Korkusu ve Toplumsal Dinamikleri

Son dönemlerde suç korkusu, toplumu derinden etkileyen ve yaygınlaşmasında birçok toplumsal dinamiği bulunan bir olgu olarak ortaya çıkmıştır. Suç korkusu gittikçe artan birçok toplumsal hastalığın sorumlusu olarak ele alınmakta ve tanımlanmaktadır (Lee, 2007: 1). Suç korkusu üzerine yapılan çalışmalar, 1970'li yıllardan itibaren artış göstermiştir. Özellikle suç korkusunun nasıl tanımlandığı, ölçüldüğü ve yorumlandığı konusundaki belirsizlikler, araştırmacıların suç korkusu olgusuna daha fazla yönelmelerinde

etkili olmuştur. Bu nedenle, suç korkusunun etiyojisi hakkında herhangi bir genel sonuca varmadan önce, suç korkusunun ne anlama geldiğini net bir şekilde anlamak gerekir (Melde ve Li, 2022: 1007-1008). Ancak suç korkusunun net bir tanımı üzerine konsensüs sağlanamamıştır.

Suç korkusu hakkındaki tartışmaların sebebi, risk algısı, güven, endişe hali ve korku arasında ayırım yapabilmekteki netliğin olmamasına bağlı olarak ortaya çıkmaktadır (Hale, 1996: 84). Bu bağlamda suç korkusu üzerine farklı tanımlar yapılmıştır. Bu tanımlardan önce suç korkusu ile ilişkili olan; korku, güvenlik, risk algısı gibi kavramları ele almak suç korkusu kavramını daha iyi anlamayı ve yorumlamayı kolaylaştıracaktır (Yazgan, 2017: 68). Zira suç korkusu ve suç korkusunun toplumsal dinamikleri bu kavramlardan bağımsız değildir.

Korku 'kişinin güvenliği için duygusal bir endişe' şeklinde ortaya çıkmaktadır (Taylor, 1988: 384). Korku; gerçek bir tehlike ya da tanımlanamayan soyut bir tehlike düşüncesi karşısında duyulan endişe, kaygı, üzüntü olarak tanımlanabilir. Bu konuda çalışan uzmanlar, korkunun temel bir duygu olduğu görüşünde birleşmişlerdir. Bütün temel duygular gibi korku duygusu da çevresel uyaranlara karşı bütünlük psikolojik tepkiler hâlinde açığa çıkar (Clay-Warner, 2014: 483). Birey, korkunun kaynağı ile karşılaştığında kendini koruma/savunma şeklinde harekete geçebilmektedir. Bu çoğu zaman refleksif bir hareket olarak gelişebilir. Bu açıdan korku, somut veya algılanan tehditler karşısında bireyi uyaran negatif bir duygu türüdür (Doran ve Burgess: 2012: 69). Bu bakımdan suç korkusunu zarar gelebilecek bir suç ya da bir suça ilişkin semboller karşısında verilen duygusal bir tepki olarak tanımlayabiliriz.

Suç korkusunun daha iyi anlaşılmasında suç kavramının da önemli bir yeri vardır. Genel olarak suç kavramı, toplumda var olan normlardan/kurallardan sapma olarak tanımlanmaktadır. Sapma davranışı gibi suç toplumun değer ve normlarından sapan eylemdir. Ancak suç hukuksal olarak ceza yaptırımıyla belirlendiğinden dolayı diğer sapma davranışlarından farklıdır (Kızılçelik ve Erjem, 1994, 402). Bu bakımdan suç, topluma zarar verdiği ya da tehlikeli olduğu yasalar tarafından kabul edilen ve yasaklanan, bazı durumlarda ise cezalandırılabilen eylemler olarak nitelendirilebilir. Suç olgusu üzerine yapılan çalışmalarda; modernleşme, sanayileşme, kentleşme, aile yapısı, akran grubu, kültürel yapı, medeni durum, öğrenim düzeyi, din, mekân, işsizlik ve yoksulluk gibi çok sayıda değişken irdelenmiştir. Pek çok uzman suç korkusunun, suçun kendisinden daha büyük toplumsal ve politik bir problem olduğunu ve suç korkusunun hızla arttığını ileri sürmektedir (Gilchrist, Bannister, Ditton ve Farrall, 1998: 283; Liska, Lawrence ve Sanchirico, 1982: 761; Çardak 2012: 24). Toplumun devamı ve bütünleşmesi, toplumu meydana getiren insanların, sosyal yaşam içerisinde oluşturulan din, ahlak, hukuk kurallarına uygun hareket

etmeleriyle mümkün olabilmektedir. Toplumsal kurallara riayet etme halkın birlikte yaşamasını temin ederken, bu kurallardan sapma, toplum içinde yaşayan insanların rahatsız olmasına neden olarak toplumun devamını ve bütünlüğünü zedelemektedir. Buradan hareketle, genel olarak norm ihlali durumu şeklinde tanımlanan suç, gelişmiş ülkelerde olduğu gibi gelişmekte olan ülkelerde de, kentlerde olduğu gibi kırsal alanlarda da yaşanan evrensel bir olgudur (Dönmezer,1994: 61). Görüldüğü üzere korku gibi suç da evrensel bir olgudur. Tarihi süreçte, suçun her dönemde ve her sosyal yapıda var olan dinamik bir olgu olduğu ve bilinmektedir. Suç tanımından hareketle, suç korkusunun ortaya çıkmasında suç eylemi doğrudan etkili olabilmektedir. Ancak, gerçeklikte bireyin bir suça maruz kalmaması da suç korkusunu ortaya çıkarabilmektedir. Bu bakımdan suç korkusunu, suç ile sınırlandırmak mümkün değildir (Yazgan, 2017: 70). Suç korkusu, suçla çok yakından ilgili olmakla birlikte suçtan bağımsızlaşabilen bir olgu olarak görülmektedir. “Kriminoloji literatüründe suç korkusuna ilişkin yapılan sayısız araştırma, suç oranlarındaki artışa paralel olarak artan suç korkusunun, suç oranlarındaki düşüşle birlikte düşmediğini göstermektedir” (Dolu, Uludağ ve Dolutaş, 2010: 58). Bu durum suç korkusunun, suçtan daha büyük bir toplumsal/sosyal problem olduğunu vurgulamaktadır.

Suç korkusu kavramı üzerine net bir uzlaşma bulunmamakla birlikte, suç korkusu araştırmalarının birçoğunda öne çıkan Ferraro’nun tanımı yaygın kullanılmaktadır. Ferraro suç korkusunu “bireyin suç veya suçla ilişkilendirdiği sembollere karşı geliştirdiği duygusal endişe ya da korku tepkisidir” şeklinde tanımlamaktadır (1995: 23). Suç korkusu birçok açıdan bu tanıma uysa da, genellikle suç eylemlerinin neden olduğu öfke, üzüntü ve umutsuzluk gibi diğer duygusal durumlar da bu tanıma uyacaktır (Warr, 2000; Melde ve Li, 2022: 1-2). Bu açıdan suç korkusunu tanımlarken, suç korkusunun neden ve sonuçları üzerinde durmak gerekir. Suç korkusu yaş, cinsiyet, sosyoekonomik düzey gibi toplumsal dinamiklerin barındığı değişkenlerden büyük ölçüde etkilenmektedir (Yazgan ve Kurtkapan, 2020: 374). Görüldüğü üzere, suç korkusunun ortaya çıkmasında suç olgusu önemli derecede etkilidir. Ancak suç korkusu, suçun kendisine karşı geliştirilebildiği gibi suçla ilişkilendirilen sembollere karşı da geliştirilebilmektedir. Bu açıdan suç korkusunun, kaynağını suçtan alabileceğini ancak suç olgusunu da aşabilen bir durum olduğu görülmektedir. Suç korkusu, herhangi bir suç eyleminin olmaması hâlinde de ortaya çıkabilen duygusal bir tepkidir. Dolayısıyla suç korkusu önemli bir duygu olarak öne çıkmaktadır. Bu bakımdan, suç korkusunun bir algı olmadığı sonucuna varmak mümkündür. Burada, suç korkusu ile algılanan risk arasında ayırım yapmak önem taşımaktadır. Ferraro, çalışmalarında, suç korkusu ile algılanan risk kavramlarının birbirinden ayrı kavramlar olarak ele alınmadığının altını çizmektedir. Öyle ki Ferraro, böyle

bir hatanın, araştırmaların geçerlik ve güvenilirliğini zayıflattığını ileri sürmekte ve algılanan risk ile suç korkusu kavramlarını birbirinden ayırmaktadır. Ona göre korku özünde, algılanan riskten tamamen farklı bir psikolojik deneyimdir. Risk, algısal bir kanı konumunda iken korku, duygusal karaktere sahip bir olgudur. Risk, düşünsel bir süreci anımsatırken korku, bir duyguya işaret etmektedir (Yazgan, 2017: 70).

Suç korkusu üzerine geliştirilen teoriler, suç korkusunun ortaya çıkmasında birçok toplumsal dinamiğin etkili olduğu görüşündedirler. Suç korkusunun en önemli toplumsal nedenleri; yaş (yaş ilerlemesine bağlı olarak artan suç korkusu), cinsiyet (kadınların erkeklere göre daha fazla suç korkusu yaşamaları), medeni durum (bekârların evlilere göre daha fazla suç korkusu yaşamaları), sosyal statü (kişinin toplumdaki sosyal statüsü düştükçe suç korkusu yaşama oranının artması), ekonomik durum (gelir seviyesi yüksek olan kişilerin daha güvenli bölgede yaşamaları), eğitim seviyesi (ekonomik durumu iyi olanlar ile daha eğitilmiş olan kişilerin suçtan daha az korkması), suç ve şiddet olayları (günümüzde sıkça haberleri de yapılan suç ve şiddet olaylarının korku seviyesini arttırması), geleneksel mahalle kültüründe var olan aile ve komşuluk ilişkilerinin bozulmuş olmasının korkuyu arttırması, mekânın suça etkileri (mekânsal düzensizlik, dağınık ve toplanmamış çöpler, duvar yazıları, boş araziler, terk edilmiş binalar, arabalar vb. suç korkusunu artırması şeklinde sıralanabilir. Bunun yanında kişinin iç mekânda kendisini güvende hissetmesi, dış mekânda ise kendisini risk ve tehlikeye yakın hissetmesi), sosyal uygarlıktan uzaklaşma etkileri (evsiz insanlar, dilenciler, alkolikler, madde bağımlıları, sokak çeteleri ve başboş gençler), sosyal katılımın zayıf olması, nüfusun ve yerleşimin yoğunluğu, ırk-yaş-cinsiyet farklılıkları, kalabalık yaya ve araç trafiğinin yaşanması, binaların yapısı, hizmetlerin yetersizliği suç korkusuna neden olmaktadır (Özaşçılar ve Ziyalar, 2009: 8; Özaşçılar, 2015: 333; Boztoprak, 2021: 42-43).

Suç korkusu üzerine yapılan çalışmalarda suç korkusunun genellikle toplumsal bir olgu olarak görüldüğü, nedenlerinin ise yine çoğunlukla toplumsal meselelerde arandığı görülmektedir. Son yıllarda yapılan bazı araştırmalarda ise suç gibi suç korkusunun da mekânsal olarak ele alınması gerekliliği üzerinde durulmuştur. Bu bakımdan suç korkusunun hem toplumsal hem de mekânsal nedenlerinin tespit edilmesi (Temurçin, Kılıç ve Aldırmaz, 2020: 4). suç korkusuna yönelik politikalara da yön verecektir.

Suç korkusunun ortaya çıkmasında kentsel alanlar önemli bir yere sahiptir. Kentsel alanlarda suç korkusu, kentli bireyin içinde yaşadığı sosyal çevreyi, sosyal ve gündelik ilişkileri, düzeni ve organizasyonu nasıl değerlendirdiğiyle veya algıladığıyla da yakın ilişkilidir. Bu bakımdan, yaşanan topluma/toplumsal çevreye güven duyma, kendini güvende hissetme önemli bir faktör olarak

değerlendirilebilir (Çardak, 2012: 24). Toplumda ortaya çıkan güvensizlik duygusunun, özellikle korku, endişe ve hayal kırıklığı gibi faktörlerle yakın ilişkili olduğu söylenebilir.

Suç korkusunun ortaya çıkmasında bireylerin yaşadıkları çevresel/mekânsal koşulların da etkisi vardır. Çevresel koşullar arasında yaşanan yerdeki nüfus yoğunluğu (kent ve kırsal yaşam alanı), toplumsal ilişkiler ağı, medeni olmayan davranışlar ve olumsuz fizik koşullar önemli etkiye sahiptir. Suç korkusu açısından kent yaşamı kırsal alanlara nazaran daha stresli ve risklidir. Bu nedenle kentlerde suç korkusu ile çok daha fazla karşılaşılabilir. Yaşanılan yerin fiziki büyüklüğü, nüfusu, mekânsal özellikleri ve yerleşim yapısının, bireylerin suç korkusu üzerinde etkisi olduğu bilinmektedir. Büyük kentlerdeki çok kültürlü toplumsallıklar ve yabancılaşma hissi suç korkusunu öne çıkarmakta, mesafeli, resmi ilişkiler, işsizlik, suç ve suçluluğu, dolayısıyla da suç korkusunun şiddetini arttırmaktadır. Bu bakımdan suç korkusunun özellikle çağdaş olarak tanımlanan toplumlarda suç oranlarıyla beraber artış gösterdiğini, yüksek suç oranlarının ve şiddet eylemlerinin artışının suç korkusunu da arttırdığı belirtilmektedir (Utma, 2012: 501).

Suç korkusu tek bir nedene indirgenemeyecek kadar karmaşık bir yapıya işaret etmektedir. Suç korkusu, birçok faktörden özellikle de sağlıksız kentleşme sürecinde beliren olumsuzluklardan etkilenen bir olgudur. Son dönemlerde gerçekleşen hızlı kentleşmenin kalabalık ve karmaşık bir toplumsal yapıyı ortaya çıkardığı görülmektedir. Bu durum kentlerde suç korkusunun daha yaygın olduğunu göstermektedir. Türkiye’de kent ve suç korkusu üzerine yapılan çalışmalarda bu durumu doğrulamaktadır (Bkz., Kul, 2013; Sipahi, 2016; Karasu, 2012; Savaş Yavuzçehre, 2022: 4) Yine yapılan araştırmalara göre, bir ölçütün yanında yerleşim yeri büyüdükçe, özellikle gelişmekte olan ülkeler açısından sağlıksız ve yoğun nüfus artışı suç oranını ve suç korkusu düzeyini artırmaktadır (Savaş Yavuzçehre: 2022: 4). Eğitim seviyesi, gelir düzeyi, yaş, cinsiyet, geçmiş suç deneyimleri de suç korkusu üzerinde doğrudan etkilidir. Bu bağlamda kadınların, erkeklere göre suç korkusunu daha fazla yaşadığı ileri sürülmektedir. Benzer bir biçimde, yaşlılar gençlere göre suçun sebebiyet verdiği korkudan daha fazla etkilenmektedir. Daha önce bir suça maruz kalan kimseler, herhangi bir suç deneyimi olmayan kimselere göre daha fazla tedirgin olmakta, suçla karşı karşıya kalacağı korkusunu daha fazla hissetmektedir. Gelir seviyesi yüksek olanlar ile daha eğitilmiş olan kişiler suçtan daha az korkmaktadır (Karasu, 2017: 46).

Suç korkusu bireylerin gündelik yaşamlarını, bireyler arası iletişimin kalitesini, bireylerin yaşam tarzlarını hatta hayat görüşlerini önemli derecede etkileyebilen bir fenomen olarak görülmektedir. Öyle ki bu korku insanların günlük yaşamlarının içine girmekte ve davranışlarını değiştirmelerine neden

olabilmektedir. Örneğin, suç korkusu yaşamları sebebiyle bireylerin seyahatleri, tüketimleri olumsuz etkilenebilmektedir. Bireyler arası sosyal ilişkilerin zayıflayabileceği ve sınırlanabileceği de suç korkusunun ortaya çıkardığı bazı sonuçlar arasında yer almaktadır. Bu bağlamda sosyolojik açıdan suç korkusu, toplumda bireylerin karşılıklı güven ve dayanışma pratiklerini zayıflatmakta ve bu yönüyle de geleneksel sosyal kontrol mekanizmalarını işlemez hale getirerek toplumsal düzeni sekteye uğratmaktadır. Kısacası bir suça maruz kalma korkusunun oluşturduğu negatif etkiler, tahmin edildiği gibi gerçekten de bir suçun mağduru olmanın neden olabileceği sosyal ve ekonomik kayıpların çok ötesine geçebilmektedir (Dolu, Uludağ ve Doğutaş, 2009: 62-64; Çardak, 2012: 27). Dolayısıyla suç korkusu, toplumsal dinamikleri olan ve üzerinde durulması gereken önemli bir fenomen olarak öne çıkmaktadır.

3. Mekân Perspektifinden Suç Korkusuna Bakmak

Toplumsallığın derin implikasyonlarına dair bir yolculuk olarak tanımlanan mekân, uzun bir geçmişe dayanan kültürel belleğin oluşumunu da ifade etmektedir (Aytaç, 2006: 876). Bu açıdan toplumsal ilişkiler noktasında önemli bir yere sahip olan mahalle; yaşam tarzları, alışkanlıklar ve diğer sosyal ilişkiler bütünü, kendinde oluşturduğu sosyal bir atmosfer aracılığıyla idame ettirmektedir (Fırat, 2016: 172). Son dönemlerde yapılan çalışmalar, suç korkusu ile yaşanan mekânın fiziki yapısı arasında kuvvetli bir ilişki olduğunu ortaya koymaktadır. Bireylerin yaşamlarını sürdürdüğü fiziksel mekânın/çevrenin niteliği, bireylerin kendilerini güvende hissetme duygusunu ve suç korkusunu etkilemektedir. Yani yaşanan yerin ya da bulunulan mekânın fiziksel yapısındaki bozukluklar ve düzensizlikler bireylerin yaşadıkları yere ilişkin güvenlik algısının olumsuz olmasına neden olmaktadır. Bireyler kendilerini güvensiz olarak hissettikleri mekânlarda, tehdit altında olduklarını düşünmektedirler. Bu durum bireylerin suç korkularında artışa sebebiyet vermektedir. Hızlı kentleşme sonrası yoğun göç alan şehirlerde, gecekondulaşma artmış, buralarda çarpık kentleşme problemi ortaya çıkmıştır. Bu göçler sonucu kentlerde çeşitli sosyal sınıflara ait bireyler bir arada yaşamaya başlamışlardır. Kentlerde oluşan değişimler beraberinde normsuzluk ve kargaşa ortaya çıkarmıştır. Kentlerdeki suç oranlarında artış, güvenlik sistemine ilişkin sorunların baş göstermesine de yol açmıştır (Beşe, 2006: 3). Özellikle sanayi devrimi kente göçlerin hızlanmasında etkili olmuştur (Beyaz, 2022: 59). Kırdan kente göç, özellikle 1950'lerden itibaren ülkede kara yolu ulaşımının ve makineleşmenin artması ve buna bağlı olarak da kırdaki işgücünün boşa çıkarak geçim için kente yönelmesi ve kırdan itilen göçmenin eskiye kıyasla nispeten daha kolay imkânlarla kentlere gidip yerleşebilmesi (Beyaz, 2020: 146) gibi

nedenlerle hızlanmıştır. Hızlı kentleşmeyle birlikte kentlerde dayanışma duygusunun azaldığına vurgu yapan Snedker (2011; akt, Çardak, 2012) kentlerdeki fizikî çevre koşullarının da suç korkusunu tetiklediğini ileri sürmektedir (Ferguson ve Mindel, 2007: 328; Çardak, 2012: 29).

Suç korkusu daha çok kentsel mekânlarda ortaya çıkan bir sorun olarak görülmektedir. Kentlerde yaşayan bireylerin suç mağduru olma korku düzeylerinin diğer bölgelerde yaşayanlardan daha yüksek olduğu belirtilmektedir (Hale, 1996). Kentsel alanda suç korkusunu etkileyen mekânsal faktörler: (Sipahi, 2016: 57) çöküntü alanların varlığı, mekânın suç üretmesi, nüfus yoğunluğu, eski/yeni yerleşim yerleri, kent büyüklüğü, kent merkezi büyüklüğü, kent merkezine uzaklık gibi engeller sayılmaktadır (Savaş Yavuzçehre, 2022: 5). Buradan hareketle literatürde suç korkusunu açıklayan birçok yaklaşım vardır. Bu yaklaşımlardan suç ve mekân ilişkisine odaklanan yaklaşımlar öne çıkmaktadır. Bu bakımdan genel olarak suç korkusu yaklaşımlarının mekânı nasıl ele aldığı, suç korkusu ve mekân ilişkisine bir bakış açısı sunacaktır.

4. Suç Korkusu Yaklaşımlarında Mekân

Düzensizlik yaklaşımı, mekân ile suç korkusu arasındaki ilişkiye vurguda bulunabilecek önemli bir yaklaşım olarak öne çıkmaktadır. Bu yaklaşım, çevrede görülen düzensizliklerin veya bozuklukların suç korkusuna yol açabileceğini savunmaktadır. Bu bağlamda düzensizlik yaklaşımı çevrede gözlemlenen düzensizlikleri ele alarak suç korkusunu irdelemektedir.

Düzensizlik yaklaşımı, çevredeki düzensizlikleri, sosyal ve fiziki çevre düzensizlikleri olmak üzere ikiye ayırır. Düzensizlik (disorder/incivility) yaklaşımı, Chicago Okulu'nun çalışmalarını benimseyen sosyal düzensizlik (social disorganization) yaklaşımından hareket etmektedir. Sosyal organizasyonluk şeklinde de ifade edebilecek olan sosyal düzensizlik yaklaşımı suç ve suçluluk olgusunu ortaya çıkıttığı koşullarla birlikte değerlendirmektedir. 19. yüzyılın sonları ile 20. yüzyılın başlarında, Chicago Üniversitesinde yapılan araştırmalarda, suç davranışı incelenirken birey davranışını etkileyen fiziki ve sosyal çevreye özel bir önem atfedilmiştir. Bu çalışmalarla birlikte, suç ve suçluluk kişisel bir olgu olmaktan çok ortaya çıktığı mekân ile ilişkili bir olgu olarak ele alınmaya başlamıştır. Bu çalışmalarda, suç ve suçluluğun cereyan ettiği çevre ile birlikte bir bütün halinde ele alınması gerektiği fikri hâkim olmaya başlamıştır. “Suç ekolojisi” olarak da bilinen Chicago Okulu'nun temsilcilerinden Ernest W. Burgess ve Robert E. Park'ın çalışmalarını takip eden Shaw ve McKay, suç ile kent yapısı arasındaki ilişkiye odaklanmışlardır. Shaw ve McKay suçun ortaya çıkışını, kentin sosyal organizasyonundaki değişme ve kentteki düzensizlik ile ilişkilendirmişlerdir. Suç oranlarının yüksek olduğu

yerler ile suç oranlarının düşük olduğu yerler arasındaki farklılıkları sosyal, kültürel ve ekonomik faktörler etrafında irdeleyip analiz etmişlerdir (Dolu, 2012: 209-211). Üst sınıfların ve orta sınıfların yaşadığı bölgelerde suç ve sapma oranının düşük olduğunun, sosyo-ekonomik statüsü düşük bireylerin yaşadığı bölgelerde ise suç ve sapma oranının yüksek olduğunun altı çizilmiştir. Suç oranlarının yüksek olduğu bu bölgelerde; fiziksel yapının da bozuk olduğu, sanayileşmenin ve nüfusun daha çok bu alanlarda yoğunlaştığı, göçmenlerin çoğunlukla bu alanlarda yaşadığı ve bu bölgelerde sosyal kontrolün daha zayıf olduğu vurgulanmıştır (Korkmaz ve Kocadaş, 2006: 238-241; Yazgan, 2017: 76).

Düzensizlik (disorder/incivility) yaklaşımının, kuramsal düzeyde temel kaynağı olarak ele alınan sosyal organizasyonsuzluk veya sosyal düzensizlik yaklaşımını benimseyenler, sosyal çözülmenin en çok kent yapısında ortaya çıktığını varsayarak kentleri; suçun üretildiği ve yaygınlaştığı mekânlar olarak görmüşlerdir. Bu nedenle onlara göre kentsel alanlar, sapma ve suç araştırmaları için birer laboratuvar konumundadır (Kızmaz, 2005: 151-152; Açıkgöz, 2015: 256). Hızlı kentleşmeyle birlikte yoğun göç alan şehirlerde, gecekonduların çoğalması ve bu durumun şehirlerde çarpık kentleşme sorununu da ortaya çıkardığı tartışılmıştır. Yaşanılan göçler sonucu kentlerde çeşitli sosyal sınıflara ait bireyler gettolaşmaya başlamışlardır. Kentlerde oluşan bu değişimler normsuzluğa neden olmuştur. Kentlerdeki suç oranlarında artış, güvenlik sistemine ilişkin sorunların da baş göstermesine sebebiyet vermiştir. (Beşe, 2006: 3; Çardak, 2012).

Shaw ve McKay'ın çalışmalarına dayanan düzensizlik yaklaşımına göre suç korkusu, yerel (lokal) çevredeki veya mahalledeki fiziksel ve sosyal düzensizlik işaretleri ile yakın ilişkilidir. Düzensizlik yaklaşımına göre mahalledeki fiziksel ve sosyal düzensizlik belirtileri, mahallede yaşayan bireylerin güncel suç deneyimlerinden daha önemlidir. Düzensizlik işaretleri, mağduriyet riskine yönelik algıları güçlendirebilmektedir. Bu algılar; suç korkusunu artırabilmektedir (Franklin ve Franklin, 2009: 88). Bu çerçevede, düzensizlik yaklaşımı bağlamında belli bir mekânda gözlemlenen düzensizliğe yönelik işaretlerin suç korkusunu yoğunlaştırabileceği söylenebilir (Yazgan, 2017). Zira kentsel mekân ve suç olgusu birbiri ile ilişkili olduğundan mekânın ya da çevrenin etkisi ile kullanıcının güven algısı da değişebilmektedir. Bu bağlamda mekânın suça neden olan etmenlerinin insan algısı yoluyla tespiti problemin önemli ölçüde belirlenmesini de sağlayacaktır (Arpa ve Uğurlar, 2019: 297).

Düzensizlik yaklaşımı, suç korkusunun neden yaygın olduğunu açıklayabilmek için özellikle kentsel mekânlara yoğunlaşmıştır. Öyle ki bir mekânda gözlemlenen düzensizlikler, sosyal kontrolün ve davranış normlarının bozulduğu algısını yükseltebilme durumundan hareket etmektedir. Bu algı, o

mekân özelinde, suç korkusunun artmasını veya yaygınlaşmasını tetikleyebilir. Bu yaklaşıma göre birey, çevresinde gözlemlediği düzensizliklerden dolayı kolayca suç korkusuna kapılabilir veya bu düzensizlikler ile suç riskinin artışı arasında bir ilişki kurgulayabilir (McCera, Shyy, Western ve Stimson, 2005: 10). Özellikle modern kentlerde, yoksul bölgeler, gecekonducular, marjinal işlerle uğraşanlar, tehlikeli sınıf üyeleri gibi adlarla nitelenen dezavantajlı kesimin sığısı genişlemekte, bu nedenle sosyal dışlanma, damgalama, izole etme, mahrum bırakma, suçlulaştırma temelli mekanizmaların, politik programların, toplumsal bakış ve tahayyül biçimlerinin bir şiddet sarmalı içerisinde hayatiyet bulmasına neden olmaktadır (Aytaç, 2013: 87). Özetle bu mekânlarda düzensizlikler ortaya çıkmaktadır. Bu çerçevede düzensizlik yaklaşımı da bu tür düzensizliklerin suça maruz kalma korkusuna neden olacağını ileri sürmektedir.

Düzensizlik yaklaşımında suç korkusu, bireylere suçu hatırlatan mekânsal özelliklerle ilişkilidir. Bu bakımdan mağduriyet yaklaşımı çevreden çok suçun kendisini esas almaktayken, düzensizlik yaklaşımı bireyler; sokak başlarında takılan gençlik gruplarını, kirlilik, çöplük gibi fiziksel dengesizlikleri ve sosyal düzensizlikleri hemen fark ederler. Bu göstergeler, düzensizliğin yer aldığı çevre hakkında bir şeylerin yolunda gitmediği algısına sebebiyet vermektedir. Birçok araştırma, bu çerçevede algılanan medeni olmayan davranışlar (incivility) ve fiziksel düzensizlikler (disorder) ile suç korkusu arasında bir bağlantı kurmaktadır (Gerber, Hirtenlehner ve Jackson, 2010: 7). Çevresel yapının niteliği/görünümü suç korkusunu etkilemektedir. Çünkü çevrenin güzel görünümü –suç sıklıkla işlenmiş olsa bile- insanlarda “Buralarda suç olmaz.” düşüncesine neden olmaktadır. Bir yerde sosyal veya fiziksel düzensizliklerin varlığı ise bireylerin suça maruz kalma ihtimallerini değerlendirmelerine neden olmakta ve bu durum sonuçta suç korkusunu etkileyebilmektedir (Yazgan, 2017; Kul, 2013: 40).

Sosyal düzensizlik (social disorganization) yaklaşımının bir uzantısı sayabileceğimiz düzensizlik (disorder) ya da medeni olmayan davranış yaklaşımı (incivility); çevresel düzensizliği, fiziksel ve sosyal düzensizlik olarak iki grupta incelemektedir. Fiziksel düzensizlik; metruk binalar veya arabalar, etrafa dağılmış çöpler, duvar yazıları, boş arsalar, pis sokak araları, başıboş köpekler ve yetersiz aydınlatma gibi suç ile ilişkilendirilebilecek fiziki ipuçlarını içermektedir. Sosyal düzensizlik ise hırsızlar, serseriler, çeteler, saygısız komşular, dilenciler, madde bağımlıları, yankesiciler ve evsizler gibi suç işleme olasılığı yüksek görülen insanların rahatsız edici davranışlarına vurguda bulunmaktadır (Öztürk, 2016: 254). Bu bağlamda, kent bölgelerinde bulunan mekânların sosyal ve fiziksel düzensizliklere yönelik ipuçları suç ile kolaylıkla ilişkilendirilebilmektedir (Yazgan, 2017). Sosyal ve fiziksel düzensizlikler,

suçun zirve yaptığı ve suç korkusu duygusunun yaygınlaşıp yoğunlaştığı mekânlar olarak öne çıkmaktadır.

Suç korkusu yaklaşımlarından bir diğeri ise altkültürel çeşitlilik modelidir. Bu yaklaşıma göre, etnik heterojenliğin fazla olduğu farklı kültürel değerlere sahip insanların oluşturduğu toplumlarda sosyal bütünleşmenin daha düşük olacağı ve bireylerin etnik kökenleri nedeniyle kendilerinden farklı görünen, konuşan ve/veya davranan insanların hareketlerini şüphe ve endişeyle karşılayacakları görüşü baskındır. Bu durumun da suç korkusu ve endişesini yoğunlaştıracığı öne sürülmektedir (Karakuş, 2013: 5). Alt kültürel çeşitlilik yaklaşımında, etnik ve kültürel farklılıklara sahip bireylerin iç içe yaşamalarının suç korkusunu tetikleyebileceği görüşü mevcuttur. Alt kültür teorileri, bazı grupların kendilerini toplumdan soyutlamalarını ve bu doğrultuda toplumun değer sisteminden koparak yeni bir değer sistemi geliştirmelerini suç ile ilişkilendirmektedir. Toplumdaki bireylerin davranışlarını şekillendiren değerlerden uzaklaşmanın, sapmaya veya çatışmaya yol açacağı öne sürülür. “Alt kültür teorisyenlerinin en önde gelen isimleri: Frederick Thrasher, Albert Cohen, Richard A. Cloward ve Lloyd Ohlin, Walter Milller, Elijah Anderson, Marwin Wolfgang ve Franco Ferracuti’dir” (Dolu, 2012: 348).

Yaklaşıma göre heterojenliğin yüksek olduğu mekânlarda, suç korkusu yoğunlaşabilir. Çünkü bu alanlar, daha karmaşık bir normatif yapıya sahiptir. Bu durum, sosyal kontrolün etkili bir şekilde işleyişini zorlaştırabilmektedir (Kanan ve Pruitt, 2002: 530). Özetle toplumu oluşturan grupların fazlalığı; kültürel, etnik ve ırksal çeşitlilikten doğan heterojen yapının suç korkusu üzerinde etkili olduğu savunulmaktadır. Ancak bu yaklaşım ile ilgili araştırmalar çoğunlukla Amerika Birleşik Devletleri’nde yaşayan bireyler esas alınarak yürütüldüğü için kültür, ırk, etnik yapı gibi kavramların diğer toplumlar için farklı anlamlar ihtiva edebileceği, aynı anlamları ihtiva etse bile suç korkusu üzerindeki etkilerinin çok daha farklı olabileceği unutulmamalıdır (Dolu, Uludağ ve Dolutaş, 2010: 69).

Etnik ve kültürel olarak heterojen bir yapı içerisinde, bireylerin kendilerini toplumun ana akım değerleri ile bağdaştırması ve topluma uyum sağlaması zorlaşabilmektedir. Bu yapıda, diğer alt kültürlerle veya etnik kimliğe sahip bireylere güven azalabilmekte hatta farklı hareket ve davranış tarzları şüphe ile karşılanabilmektedir. Bu durum ise endişeye kapılma durumunu öne çıkarmaktadır. Bu şüphe ve endişenin belirmesinde, karşı kültür veya etnik köken hakkındaki yanlış anlamalar ve önyargılar, büyük ölçüde rol oynayabilmektedir. Buradan suç mağduriyeti riski daha düşük olan ve etnik açıdan heterojen bir bölgede yaşayanların suç korkusu, suç mağduriyeti riski daha yüksek olan ve homojen bölgelerde yaşayanlara göre daha fazla olabilmektedir (Dolu, Uludağ ve Dolutaş, 2010: 68; Yazgan, 2017).

Kırık Camlar Teorisi de suç korkusunu açıklamaya çalışan önemli yaklaşımlardan birisidir. “Wilson ve Kelling’in ‘Kırık Camlar’ (Broken Windows) kuramına göre, yaygın düzensizlik kurallara bağlı yaşayan bireylerin, çevrelerinde olup bitenlerle ilgili komşuluk ilişkilerinde bir umursamazlığa yol açmaktadır. Yakın çevresinin (komşularının) düzen dışı hareket ettiğini ve güvensiz olduklarını düşündüğünde kamu yaşamından kendilerini çektikleri ve bu durumun bireylerin kamusal hayattan çekilmeleri, çevrelerinde olup biten düzensizliğe müdahale için motivasyonlarının düşmesi ve ortaya çıkan suçlu davranışa tolerans göstermeleri gibi sonuçlara yol açacağı düşünülmektedir. Buna paralel olarak Skogan (1986) da komşular arasındaki güçlü ilişkilerin mekân aidiyetini güçlendirdiğini, sosyal kontrolün arttığını ve dolaylı olarak suç korkusunun azaldığını belirtmektedir. Görüldüğü üzere komşuluk ilişkilerindeki düzensizlik ya da sosyal bağların zayıflığı suç korkusunun ortaya çıkmasında belirleyici bir faktördür. Bu bakış açısı şüphesiz modern kent yaşamı pratiklerine de odaklanılması gerektiğini öne çıkarmaktadır. Kent yaşamının yorucu ve hızlı temposu, ikamet edilen mekânda geçirilen sürenin bu alan dışında geçirilen süreye oranla daha kısa oluşu komşuluk ilişkilerini etki etmektedir. Bu bakımdan birbirini daha az tanıyan, görüşen değil geçişen, kısıtlı iletişim ve etkileşime sahip komşuluk biçimleri ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla bu durum sosyal kontrolü zayıflatmakta ve ilişkisel bağların gevşemesine sebebiyet vermektedir (Usta Baki, 2015: 64). Kırık camlar yaklaşımı bir binada kırık bir pencere varsa ve onarılmıyorsa bu diğer camların da yakında kırılabilme olasılığından yola çıkmaktadır. Kısacası, tamir edilmeyen pencere, binaya bakım yapacak birinin olmadığını gösteren bir ipucu olarak da kabul edilebilmektedir (Wilson ve Kelling, 1982: 457). “Kentlin bir semtinde bulunan bir iş yerinin kırık penceresi, oradan geçen kişiler üzerinde bu iş yerinin başında kimse olmadığını ya da burasıyla kimsenin ilgilenmediği izlenimi yaratacak; buralarda oynayan çocuklar sağa sola taş atarken birkaç pencereyi daha kıracak ve bir süre sonra yoldan geçenler bu kez sokakla da hiç kimsenin ilgilenmediğini düşünmeye başlayacaktır. Çok geçmeden o sokak; fahişelerin, uyuşturucu satıcılarının, serserilerin, sokak çetelerinin, uyuşturucu bağımlılarının ve karanlık işler yapanların yani sadece suçluların kullandıkları ve barındıkları bir yer haline gelecektir. Özetle, kırık camlar teorisine göre küçük düzensizlikler daha büyük düzensizliklere ve nihayet ciddi suçlara davetiye çıkaracaktır” (Beşe, 2006: 8).

Dolayısıyla kırık camlar yaklaşımı suçun düzensizlik ortamında üretildiği ve bu ortamdan beslendiği vurgusu vardır. Yaklaşım kırık camlardan hareketle suçun unsurlarından olan mekânsal düzensizliklerin, eksikliklerin suça ortam oluşturmamasından hareketle açıklamalar yapmakta, terk edilmiş yapıların olduğu yerlerde kontrolün sağlanmadığının ve ihmal edilmişlik hissinin hâkim

olduğunun anlaşılması ile suç işleme potansiyeli olan suçluların bu alanlara konuşlandığını öne sürmektedir. Bu durumu bilen kişilerinde bu mekânlardan uzak durmaya özen göstermeleri neticesinde artık o mekânların suç mağduriyet korkusu için en uygun alanları oluşturduğu belirtilmektedir (Yavuz, 2019: 41).

Sonuç olarak suç korkusu yaklaşımlarının öne çıkardığı olumsuzlukları ile mekânlar, bir damgalama (stigmatization) aracı haline dönüşebilmektedir. Bu bakımdan Wacquant'ın da belirttiği gibi, bu tür mekânlar yoksulluk ve etnik kökene dayalı damgalanmışlıklarıyla, polarize edilmiş ya da cezalandırılmış alanlar olarak da belirebilmektedirler (Wacquant, 2013: 126-127; Fırat, 2016: 172). Bu açıdan mekânsal damgalanma; dezavantajlılık, yoksulluk ve eşitsizliğin zirve yaptığı bir sosyolojik zeminde ortaya çıkabilmekte ve hayatiyet kazanabilmektedir. Göç, yoksulluk, etnisite ve sosyal düzensizlik gibi problemler mekânsal damgalanmayı tescillemektedir (Aytaç, 2013: 104). Bu açıdan sakinleri tarafından korku mekânları olarak addedilen bu bölgeler, genellikle 'tehlikeli', 'riskli', 'güvenliksiz', 'girilmez' olarak nitelendirilebilmekte, suçun, güvensizliğin ve suç korkusunun yuvası olarak damgalanmaktadırlar. Böylece bazı mekânlar bu özellikleriyle zamanla, sakinleri için toplumsal ilişkiler ve gündelik yaşantılar açısından bir risk unsuruna dönüşebilmektedir.

Kaynakça

1. Açıkgöz, R. (2016). Yoksulluk ve suç: Doğrusal olmayan bir ilişki. Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 25 (1), 251-266.
2. Arpa, E. ve Uğurlar, A. (2019). Suç ve mekân bağlamında güven algısı: Van örneği. Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (44), 293-323.
3. Aytaç Ö. (2006). “Mekân(nın) sosyolojisi: Toplumsalın yeniden kuruluşu”, iç: Sosyoloji ve Coğrafya (Ed. Ertan Eğribel ve Ufuk Özcan) İstanbul: Kızıl Elma Yay., 15, ss.876- 97.
4. Aytaç, Ö. (2013). “Yoksulluk, kentsel sınıf altı ve sosyal dışlanma: Modern kentlerde sınıfsal/mekânsal yarıma ve suçlaştırılma mekanizmaları”, iç: Kentsel yoksulluğu yeniden düşünmek (Ed. Ö. Aytaç ve S. İlhan), Ankara: Birleşik Yay., ss:65-124.
5. Beşe, E. (2006). Kırık pencereler teorisi bağlamında kentsel yaşamda suç ve güvenlik, Polis Bilimleri Dergisi, 8(1), 1-24.
6. Beyaz, C. (2020). Son durağı olmayan hayatlar: Kırsal göçmen, geriye göç ve çoklu mekân pratiği. İnsan ve Toplum, 10 (1), 145-175.
7. Beyaz, C. (2022). Göç ve aidiyet. kırsal göçmenin memleketine bağlılığını sürdürme mücadelesi, İstanbul: Matbu Kitap.
8. Bourdieu, P. (2006). Pratik nedenler, Çev. Hülya Uğur Tanrıöver, İstanbul: Hil Yayınları.
9. Boztoprak, A. (2021). Suç korkusu: Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi öğrencileri üzerinde bir inceleme. KMÜ, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kamu Yönetimi Ana Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Karaman.
10. Clay-Warner, J. (2014). Crime and emotionsss. J. E. Stets and J. H. Turner (Eds.), in Handbook of the Sociology of Emotions: Volume 2 (s. 473-493) 2. New York, London, Heidelberg: Springer Dordrecht.
11. Çardak, B. (2016). Kadınların suç korkuları üzerine nitel bir çalışma. Güvenlik Bilimleri Dergisi, 1 (1), 23-46.
12. Dolu, O. (2012). Suç teorileri: Teori araştırma ve uygulamada kriminoloji. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
13. Dolu, O., Uludağ, Ş. ve Doğutaş, C. (2010). Suç korkusu: Nedenleri, sonuçları ve güvenlik politikaları ilişkisi. Ankara Üniversitesi Siyasal Bilimler Fakültesi Dergisi, 65 (1), 57-81.
14. Doran, B.J. and Burgess, M.B. (2012). Putting fear of crime on the map: Inverstigating Perceptions of Crime Using Geographic Information Systems. Springer.
15. Dönmezer, Sulhi (1994). Kriminoloji (8. Baskı), İstanbul: Beta Yay.

- 16.Ferguson, K. M. and Mindel, C.H. (2007). Modeling fear of crime in dallas neighborhoods: a test of social capital theory, *Crime&Delinquency*, Sage Publications, 53(2), 322-349
- 17.Ferraro, K. F. (1995). Fear of crime: Interpreting victimization risk. Albany: State University of NewYork.
- 18.Fırat, M. (2016). Çingeneliği anlamının imkânı: Çingeneler üzerine sosyolojik bir araştırma (Malatya örneği), (Doktora Tezi). Fırat Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Elazığ.
- 19.Gilchrist, E., vd. (1998). Women and the fear of crime, *British Journal Criminal*, 38(2), 283-298.
- 20.Hale, C. (1996). Fear of crime: A review of the literature. *International Review of Victimology* 4, 79-150.
- 21.Karakuş, Ö. (2013). Suç korkusunun sosyolojik belirleyenleri: Sosyal sermaye mi? sosyal kontrol mü?. *Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 14 (1), 1-19. doi: 10.17494/ogusbd.55191
- 22.Karasu, M. A. (2012). “Kent ve suç üzerine kavramsal bir çerçeve”, *C.Ü İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, Cilt 13, Sayı 2, ss.175-193.
- 23.Karasu, M. A. (2017). Kentsel mekânda suç korkusu –Şanlıurfa örneği-. *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi*, 20(1), 41-76.
- 24.Kızılçelik S. ve Erjem Y. (1996). Açıklamalı sosyoloji sözlüğü, İzmir: Saray Kitabevleri.
- 25.Kızmaz, Z. (2005). Sosyolojik suç kuramlarının suç olgusunu açıklama potansiyelleri üzerine bir değerlendirme. *Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 29 (2), 149-174.
- 26.Korkmaz, A., ve Kocadaş, B. (2006). Toplumsal sapma: Sapmanın toplumsal temelleri. İstanbul: Doğu Kütüphanesi
- 27.Kul, M. (2013). Suçtan daha büyük suç korkusu. İstanbul: Yenyüzyıl Yayınları.
- 28.Lee, M. (2007). *Inventing fear of crime*, routledge, New York.
- 29.Lee, M. (2007). *Inventing fear of crime: Criminology and the politics of anxiety*. Nueva York: Routledge.
- 30.Liska, Allen E. , Lawrance, J.J. ve Sanchirico, A. (1982). “Fear of crime as a social fact”, *Social Forces*, 60(3), 760-770.
- 31.Melde, C. And & Li Carrie KW (2011). Fear of crime. En R.J.R. Levesque (ed.) *Encyclopedia of Adolescence* (pp. 1007-1015). Nueva York: Springer
- 32.Özaşçılar, M. & Ziyalar, N. (2009). Suç korkusu: İstanbul'da yaşayan 18-25 yaş grubu üniversite öğrencilerinin mağdur olma riskleri hakkındaki görüşlerinin değerlendirilmesi. *Adli Bilimler Dergisi*, 8(1), 7-17.

- 33.Özaşçılar, M. (2015). Suç korkusu ve yakın çevre düzensizliği ilişkisi: Kırık Camlar Teorisi. A. Solak (Der.) Suç korkusu kongresi içinde (s. 329-348). İstanbul: HEGEM Yayınları.
- 34.Öztürk, M. (2016). Kent ve suç korkusu: kuramsal temeller. A. Esgin ve Ö. Sarı (Eds), Toplumsal analizler eseninde kent fragmanları içinde (ss. 237-274). Ankara: Phoenix Yayınevi
- 35.Savaş Yavuzçehre, P. (2022). Kentsel dönüşüm uygulaması sonrası suç korkusu üzerine bir değerlendirme: Denizli aktepe mahallesi örneği. Pamukkale Journal of Eurasian Socioeconomic Studies, 9 (1) , 1-17.
- 36.Sipahi, E. B. (2016). Suç korkusu: Türkiye kentlerinde bir alan araştırması. Konya: Çizgi Kitabevi.
- 37.Taylor, Ian (1996). "Fear of crime", Urban fortunes and contemporary social movements, Sociology 30(2): 317–338.
- 38.Temurçin, K. , Kılıç, M. ve Aldırmaz, Y. (2020). Kentsel mekânda kadınların yaşadığı suç korkusu üzerine bir araştırma. Coğrafya Dergisi, (41), 45-60.
- 39.Usta Baki, B. (2015). Kadınları gündelik hayatta suç korkusu ve baş etme stratejileri: Şentepe Ve Namık Kemal Mahallesi örneği. Suç Korkusu Kongresi Bildirisi, 64-80. Ankara: Serya Yayıncılık.
- 40.Utma, S. (2015). Suç korkusu ve medyanın suç korkusunun oluşmasına etkileri. Suç Korkusu Kongresi Bildirisi, 499-508. Ankara: Serya Yayıncılık.
- 41.Wacquant, Loic (2013). "İleri marjinalite çağında bölgesel damgalama" (Çev. Celalettin Yanık) içinde. Kentsel yoksulluğu yeniden düşünmek (Ed. Ö. Aytaç ve S. İlhan), Ankara: Birleşik Yay., ss: 125-140.
- 42.Warr, M. (2000). Fear of crime in the United States: Avenues for research and policy. In D.
- 43.Wilson, J.Q. and Kelling, G. (1982). "Broken Windows, the Police and Neighborhood Safety." The Atlantic Monthly, 249 (3), 29-38.
- 44.Yavuz, Y. (2019). Suç mağduru olma korkusuna sosyolojik bir bakış. Toplum ve Kültür Araştırmaları Dergisi, (4), 28-52.
- 45.Yazgan, Ç. Ü. & Kurtkapan, H. (2020). Yaşlı bireylerde yaşam memnuniyeti ve suç korkusu durumunun belirlenmesi: Tanımlayıcı bir araştırma. Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 30 (1), 373-381.
- 46.Yazgan, Ç. Ü. (2017). Suç korkusu. F. Güllüpinar (Ed.), Suç sosyolojisi içinde (s. 66-95), Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi Yayınları.

67. Bölüm

93 Harbinde Rus Kızılhaç'ı ve Balkanlardaki Sağlık Faaliyetleri

Mustafa ÖZTÜRK¹

¹ Dr. Öğr. Üyesi Akdeniz Üniversitesi, İİBF, Uluslararası İlişkiler Bölümü

Özet

Türk-Rus historiyoğrafisinin farklı cenahlarıyla belki de en çok ilgi çeken, Türkiye literatüründe “93 Harbi” olarak bilinen 1877-1878 harbinde yaşanmıştır. St. Petersburg açısından bu savaş sadece jeopolitik hamleler uğruna verilen bir mücadele değildi. Toplumun değişik kesimlerinin retoriğine yansıyan, Slavyanofil fikirlerinin zeminini teşkil eden ve etnik dinsel damarlarla kendilerini sorumlu hissettikleri Balkan Slavlarının Osmanlı İmparatorluğu’nun hâkimiyetinden çıkarılmasını hedefleyen bir atılımdı. Bu ideolojik harekât; Rus kamusal belleğinde karşılığı olan, basın yayın faaliyetlerinde yerini alan, edebi eserlere sinen, insani yardım faaliyetlerini yönlendiren bir mahiyettedir. Bundan ötürü, her geçen gün, Karadağ, Sırbistan ve Bulgaristan Rusların toplumsal algılarında oldukça hassas ve yakın bir pozisyon elde etmekteydi. Nitekim bu harp kısa bir zaman diliminde Rus toplumunun bir dayanışma arenasına haline dönüşüvermişti. Büyük çaplı bir savaşta kayıpları azaltmak ve orduda baş göstermesi muhtemel salgın hastalıklara karşı mücadele verebilmek adına sağlık alanında da gönüllülük esasına dayalı toplumsal destek tezahür etmişti. Rus kaynakları ışığında kaleme alınan bu çalışmada Rus Kızılhaç’ının kuruluşu, misyonu ve 93 Harbinde Balkan cephelerindeki sağlık faaliyetleri incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: 93 Harbi, 1877-1878 Türk-Rus Savaşı, Rus Kızılhaç’ı, Balkanlar, Bulgaristan, Sırbistan, Karadağ

Abstract

The most interesting one with different aspects of Turkish-Russian historiography was perhaps experienced in the 1877-1878 war, known as the "93 War" in Turkish literature. For St.Petersburg, this war was not just a struggle for geopolitical purposes. It was an initiative aimed at removing the Balkan Slavs, for whom they felt ethnically and religiously responsible, which was reflected in the rhetoric of different segments of society and formed the basis of Slavyanophile ideas, from the domination of the Ottoman Empire. This ideological operation was of a nature that took its place in the Russian public memory, took its place in media activities, permeated literary works, and directed humanitarian aid activities. Because of that, with each passing day, Montenegro, Serbia and Bulgaria were getting a very sensitive and close position in the social perceptions of the Russians. As a matter of fact, this war had been turned into an arena of solidarity of the Russian society in a short period of time. Voluntary social support was also appeared in the field of health in order to reduce casualties in a large-scale war and to fight against possible epidemics in the army. In this study written in the light of Russian sources, the establishment and mission of

the Russian Red Cross and the health activities on the Balkan fronts in the 93 War were investigated.

Keywords: 93 War, 1877-1878 Turkish-Russian War, Russian Red Cross, Balkans, Bulgaria, Serbia, Montenegro

Giriş

Türk-Rus savaşlarının özellikle Ruslar açısından en önemli motivasyon kaynağı Ortodoks Doğu Roma'nın (Bizans) Türkler tarafından yıkılması ve sahip olduklarının Türkler tarafından ele geçirilmesidir. Özellikle Türk Boğazlarının Rus deniz ticareti üzerindeki anahtar rolü tartışma götürmez bir gerçektir. XVIII. asrın başlarından itibaren Çar I. Petro'nun reformları doğrultusunda Batılılaşan Rusya için sıcak denizlere inmek inkişaf için elzemdi. Bunun için bilim, teknik ve estetik ile Batılılaşmak hatta geleneksel zihni kodlarını çağdaşlık ile başkalaştırmak zorundaydılar. Siyasetten ekonomiye, sosyokültürel cenahlardan askeri birimlere değin İmparatorluğun her bir karesi Batı etkisi olmadan dönüşüm yaşamamıştır. Ne var ki XIX. asırda Avrupa zihin dünyasındaki ulusçuluk ideaları Rusya'ya da sirayet etmiştir. Bünyesindeki milletlere bütüncül bir perspektiften yaklaşan Çarlık, başka imparatorluklarda yaşayan Slav ve Ortodoks kitlelere esasında yayılmacı jeopolitik çıkarları adına hamilik rolü izlemeye karar vermişti. Çarlık, Osmanlı İmparatorluğu'nun kuzeybatı ve kuzeydoğu yakasındaki topraklarını elde etmek adına tarihi miras, din, etnik doku ve ticari imtiyaz gibi birçok meseleyi gündeminde sıcak bir şekilde tutmuştur. Hatta bu uğurda Orta Doğu'da yaşayan Arap Ortodoks kavimler üzerinde bile -Kudüs özelinde- hak arayışına koyulmuştur. Eğitim öğretim müfredatında, basın yayın neşriyatında, entelektüellerin kalemlerinde ve toplumun dilinde bu mesele adeta pelesenk olmuştu. Osmanlı İmparatorluğu'nun özellikle Balkan topraklarında yaşayan Slav Ortodokslarının XIX. asır isyanlarında, daima Rus silüetine rastlanması yukarıda verilen bilgilerin gölgesinde ve Batı dünyası ile tutuştuğu emperyalist rekabette akla ziyan gelmemelidir.

1804-1813 Sırp isyanından¹ 1828-32 Yunanistan'ın Osmanlı İmparatorluğu'ndan koparılmasına değin yaşanan sancılı süreç, Türk-Rus

¹ 1967'de, SSCB Bilimler Akademisi Slav ve Balkan Araştırmaları Enstitüsü ile Sırbistan Bilim ve Sanat Akademisi (SANI), Birinci Sırp Ayaklanması'nın tarihi ile ilgili belgelerin ortak yayınlanması konusunda bir anlaşma imzaladı. Sovyet tarafından, SSCB Dışişleri Bakanlığı Tarih ve Diplomatik Dairesi ve SSCB Bakanlar Kurulu'na bağlı Ana Arşiv Dairesi kurumları, Yugoslav tarafından ise Tarih Dairesi yayın çalışmalarına katıldı. Sırbistan Bilim ve Sanat Akademisi Bilimleri 1804-1813 Birinci Sırp Ayaklanması başlığı altında Sovyet arşivlerinden iki belge kitabının yayınlanmasına karar verdi. Önerilen ilk kitap, 1807'de Slobodzeya'da imzalanan Türk-Rus ateşkesinden önceki Sırp-Rus ilişkileri hakkında belgeler içeriyor. Sırp İsyanı ile ilgili tarihi belgeler için bkz; *Pervoe Serbskoe Vosstanie 1804-1813 gg. i Rossiya*, Moskva 1980. Bu yayın hazırlanırken şu arşiv ve kütüphaneler incelenmiştir: SSCB Dışişleri Bakanlığı (AVPR) Tarihsel ve Diplomatik Müdürlüğü Rus Dış Politikası Arşivi (AVPR), SSCB Merkez Devlet Askeri Tarih Arşivi (TSGVIA SSCB), SSCB Tarih Arşivi (TsGIA SSCB), SSCB Donanması Merkez Devlet Arşivi (TSGAVMF SSCB),

ilişkilerini oldukça germiştir. Kavalalı Mehmet Ali Paşa İsyanı (1831-41) ile başlayan ve Hünkâr İskelesi Antlaşması ile sözde yumuşama geçiren sürecin yanıltıcı yönü 1853-56 Kırım Savaşı sırasında gerçek yüzünü göstermiştir. Bu esnada İngiltere, Fransa ve Sardinya-Piyemonte Krallığı'nın Osmanlı İmparatorluğu'nu Çarlık karşıtı çıkarları doğrultusunda desteklediği malumdur. Karadeniz jeopolitiğinde ağır bir darbe alan *Zimny Dvorts* (Kışlık Saray) ve *Generalny Ştab* (Çarlık Rus Genel Kurmayı) bu savaşın ardından Balkan coğrafyasında bölge insanının kaderini merkeze koyan hazırlıklara girişmiştir. Bu hazırlıklar ordu ve algıda reform çalışmalarıyla² sınırlı kalmamış, aynı zamanda ordunun fiziksel direncini arttıracak faaliyetlerle de sürdürülmüştür. Ordunun tifüs başta olmak üzere salgın hastalıklarla mücadele edebilmesi ve yaralanmalara karşı sıhhi hizmetlerin sağlanabilmesi amacıyla gerekli adımlar atılmıştır. Çarlık Rusya'nın XIX. asır devlet stratejisi sıradan bir genişleme politikasının ötesinde, yönetimden toplumun her yaştan farklı kesimlerine kadar her alanda bilinçli ve hedefli bir strateji üzerine kurgulanmıştır. Yani ordu, modern silah, uygun ve hafif teçhizat, yeni taktik kapasitesinin artırılması, emirlerin gözden geçirilmesi gibi daha pek çok adımlarla reforma tabi tutulurken, toplumsal alanda da birlik ve yardımlaşma ruhunun geliştirilmesi ile ortak amaca yönelik dini ve milli dayanışmanın sağlanması amaçlanmıştır.³ Nitekim 1858 yılında Moskova'da okuyan Bulgar öğrencileri desteklemek üzere teşkil edilen Moskova Slav Yardım Komitesi amaçlarını genişleterek, 1868'de St. Petersburg'da ve 1869'da Kiev'de şubeler açarak Osmanlı coğrafyasında yaşayan Sırp, Bulgar, Dağlık Karadağ ve Bosnalı Hristiyan Slavları desteklemeyi sürdürmüştür. Bu yardımlar önceleri Osmanlı himayesinde yaşayan Slavların okullarını tamir etmek, sağlık kuruluşlarını personel, ilaç ve teçhizat yönlerinden desteklemek, kıyafet göndermek, dergi yayımlayarak Rus entelijansının dikkatini çekmek ve Rus Slavları ile Balkan Slavları arasında ilişkileri geliştirmek şeklindeydi. Çarlık, ilerleyen dönemde ise Slav asilerin çıkardığı isyanları

Merkezi Devlet Eski Eserler Arşivi (TSGADA), Moldova SSR Merkez Devlet Arşivi, Leningrad Devlet Tarih Arşivi (LGIA), Odessa Bölgesi Devlet Arşivi (SAOO) ve kütüphanelerin el yazması bölümlerinden materyaller: Devlet Kütüphanesi ve Leningrad Bilimler Akademisi Kütüphanesi (BAN)

² Bu savaşın neden yapıldığını Rusya'da halka ilk anlatan derli toplu çalışma 1879 yılında St. Petersburg'da Fontanke 99 numaralı binada hizmet veren Çarlık Rusya Ulaştırma Bakanlığı tarafından yayımlanmıştır. Voyna 1877-1878 gg. adlı eserde Sırbistan, Dağlık Karadağ ve Romanya hariç 322,567 verstlik bir Avrupa Türkiye'sinde Osmanlı İmparatorluğu'nun Balkan Slavlarına yönelik askeri, hukuki ve insani uygulamaları toplumun hassasiyetlerine dokunulacak şekilde kaleme alınmıştır. Ortodoks kiliselerinde yaşananlar, mahkemelerdeki Hristiyanların durumu, ticaretteki vaziyet vs. farklı bir bakış açısı ile sunulurken verilmiştir. Eser hakkında ayrıntılı bilgi için bkz; *Voyna 1877-1878 gg.* Vıpusk I, İzdanie Redaksi: Dosug i Delo, Sankt-Peterburg 1879.

³ Feodor Mihailoviç Dostoyevski başta olmak üzere pek çok Rus entelektüel, Balkan Slavlarının Osmanlı İmparatorluğu'na başkaldırışını destekleyerek topluma kanaat önderliği misyonuna bürünmüşlerdir. Ayrıntılı bilgi için bkz; S.A. Koçukov, "F. M. Dostoyevskiy i Russko-Turetskaya Voyna 1877-1878 gg." *İzvestiya Saratovskogo Universiteta*, Vıpusk 2, İzd. Saratovskogo Universiteta, Saratov, 2010, s.71.

finansal ve askeri yönlerden desteklemiştir. Bu komitede 20 yılı aşkın bir süre aktif olarak görev yapan İvan Sergeyeviç Aksakov, Balkan yarımadasında yer alan tüm Slavların Osmanlı yönetiminden çıkması için ömrünü adamıştır. Onun bu arzusu Moskova'da sadece dergilerde bu konu üzerine kalem oynatmakla sınırlı kalmamıştır. Rusya'da toplanan aynı ve nakdi yardımlarla Almanya'ya gidip Balkanlardaki Slav asiller için silah almış ve bu silahların Sırp, Bulgar ve Dağlık Karadağlılara ulaştırılması için bizzat hamal gibi çalışıp gemilere yüklemiştir.⁴

XIX. asır Çarlık Rusya'sı İngiliz, Fransız, Türk ve İran gibi devletlerle girdiği savaşlarla deneyim kazanmış ve ordusunda bazı modernizasyonlar gerçekleştirmiştir. Bu asırda tren ve buharlı gemilerle taşımacılık yapıldığından ötürü ordunun bir yerden diğer bir yere nakli hem hızlanmış hem de kolaylaşmıştır. Ancak hızla ilerleyen silah teknolojisi asker kayıpları ile savaş mağdurlarının da sayısını arttırmıştır. Savaşta galibiyet elde etmek güçlü bir kamuoyu ve seçkin desteğini gerekli kılıyordu. Öte yandan orduyu mümkün mertebe ruhen ve fiziksel yönlerden hazırlamak, yaralı, hasta ve bakıma muhtaç askerlerin yeniden orduya kazandırılmasını sağlamak şarttı. Yaralı ve hasta askerleri ölümün pençesinden kurtarmak sadece orduyu güçlendirmekle kalmıyor orduda savaşan askerleri sağlık hizmetinin varlığı ile yaşama motive ediyordu. Mümkün olabilecek ölçekte sıhhi hizmetlerde kadınların oldukça etkin bir rol alabileceği fikri XIX. asrın ortalarına doğru açık ve net olarak Nikolay İvanoviç Pirogov gibi ünlü hekimler tarafından yüksek perdeden tartışılmaya başlanmıştı.

XIX. asır Çarlık Rusya toplumunu en üstten en alta etnik ve dinsel bağlarla bir araya getiren 1877-1878 Türk-Rus harbinde Çarlık Rusya Kızılhaç faaliyetleri ile ilgili olarak Rusya'da baştan sona arşiv kaynaklarına dayalı kapsamlı bir eser henüz literatüre kazandırılmamıştır ve buna bağlı olarak Türkiye'de yapılmış herhangi bir çalışma bulunmamaktadır. Ancak konunun anlaşılmasına imkân sağlayacak, savaşın hemen bitiminde basılmış, fotoğraf ve anılardan elde edilen bilgilerle desteklenen hatta Rus tıp tarihini alakadar eden bir takım değerli çalışmalar bulunmaktadır. 1877-1878 Türk-Rus harbinde görev yapan ünlü Rus Doktor Yevgeny Sergeyeviç Botkin'in eşi için kaleme aldığı ve bizzat savaşın cereyan ettiği bölgede yaşadıkları zorlukları anlatan 55 mektupta zikredilen sağlık şartlarına yönelik yaptığı eleştiriler dışında hemen hemen neşredilen eserlerin tamamında ortak bir bakış açısı yer almaktadır. Eserlerin tenkide açık kısımları olmasına rağmen, yaralı ve hasta askerlerin savaş esnasında yaşadıkları zorluklar, Kızılhaç sağlık personellerinin kurs ve üniversitelere kayıtları ile

⁴ A. Nikolskiy, *Ivan Sergeyeviç Aksakov (Nekrolog)*, *İstoriçeskiy Vestnik*, T. XXIII, No: 2, Sankt-Peterburg, 1886 g., s.1-20.

cephede canhıraş bir vaziyette ülke aşkı uğruna yaptığı fedakarlıklar ve orduda görülen tifüs salgınından tren ve denizyolu taşımacılığıyla tahliye noktalarına değin yaşanan güçlükler kaleme alınmıştır.

Rusça yayınlanmış eserler ışığında kaleme alınan bu çalışma literatürde önemli bir boşluğu doldurmayı hedeflemektedir. Arşiv kaynaklarından hareketle toplumsal yardım cemiyetleriyle cephede mesai veren bürokrasi arasındaki yazışmalar, Kızılhaç tarafından kullanılan tıbbi malzeme, ilaç, tekstil ve diğer aparatlardan cephe yolu ve cephede yaşanan olayların ayrıntılarına değin birçok konu tarih araştırmacılarının ilgi ve özverisine açıktır. Rus yardım toplulukları kadınların kamusal alan ve cephede eriştiği konumun tartışmasıyla da araştırmacıların dikkatini çekebilir.

Merhamet Kız Kardeşleri Kutsal Haç Topluluğu'nun Kuruluşu

Her ne kadar 18. asrın başlarında I. Petro ile başlatılan batılılaşmaya rağmen toplum hala ataerkil yapısını sürdürmekteydi. Bilimde, sanatta, edebiyatta, siyasette ve askeriyede dünyaca ünlü şahsiyetler çıkarmasına veyahut mimaride St. Petersburg gibi Avrupalı tarzda etkileyici şehirler inşa etmesine rağmen kamusal alanda kadın, Batı Avrupa toplumlarıyla kıyaslandığında aktif konumdan uzaktı. Bu durum belki Ortodoks inancının izleri ya da geleneksel Rus toplumunun zihni kodları ile izah edilebilir.⁵

XIX. asır bilindiği üzere Avrupa'nın gelişmiş ülkeleri ile Ruslar açısından “altın asır / zolotoy vek” olarak tanımlanır. Mevzu bahis asır büyük güçler arasında hammadde rekabetinden kaynaklı büyük çaplı rekabetin arttığı yıllardı. Bilim, sanayi ve teknolojinin gelişmesi bir yandan hayatı kolaylaştırırken diğer yandan içinden çıkılması oldukça zor güç çekişmelerini beraberinde getirmiştir. Özellikle tren ve buharlı gemilerin hayata girmesi yük ve insan taşımacılığına, savaşlara ve ticarete farklı bir boyut kazandırmıştır. Ülkeler bilhassa deniz ticareti için anahtar rol oynayan liman ve boğazlar hususunda, sanayi ve askeri teknolojinin hammaddesi olan topraklar üzerinde ya da birbirlerinin güçlenmesini engelleyebilecek jeopolitik öneme haiz bölgelerde yıkımları büyük savaşlara tutuşmaktaydılar. Tıbbın ilerlemesine paralel olarak da harp cephelerinde ortaya çıkan kayıpları ya da salgın hastalıkları mümkün mertebe telafi edebilmek ve insani değerler dairesinde hasta ve yaralı askerlere insani bir elle muamele edebilmek adına Kızılhaç gibi kuruluşlar uluslararası bir kimlikle

⁵ Çarlık Rusya her ne kadar I. Petro ile Batılılaşmanın penceresini açsa da hâlâ geleneksel ataerkil Ortodoks bir toplumdur. I. Petro döneminde 12 Bakanlık Sistemine geçilse de 1802'de daha profesyonel tarzda Bakanlar Komitesi oluşturuldu. Asıl önemli reformlar Avrupa Uyum Sistemi sonrasında hayata geçirildi. 1803'te Özgür Çiftçiler Hakkında Kararnâme, 1839'da Mali Reform, 1861'de Köylü Reformu, 1864'te Yargı Reformu ve 1870'te Şehir Özyönetim Reformu yapıldı. Ayrıntılı bilgi için bkz; A.V. Kirin, *Gosudarstvennie Reformy v Rossii*, İzdatelskiy Dom Vişey Şkoly Ekonomiki, Moskva 2021, ss.63-114.

varlık bulmaya başlamışlardır. Toplumsal ve kültürel değişikliklerin yaşandığı XIX. asır atmosferinde erkek hekim ve hemşirelerin yetersiz kalması ya da işlerini daha profesyonel yapabilmeleri amacıyla kadın sağlık görevlilerine ihtiyaç hâsıl olmuştur.

Çarlık Rusya’da savaş cephelerinde yaralı ve hasta askerlerin bakımı için kadınların görevlendirilmesinin yolunu açan bir merhametli kız kardeşler topluluğu kurma fikri 9 Mart 1844 yılına kadar uzanmaktadır. Çar I. Nikolay’ın küçük kızı Aleksandra Nikolayevna (1825-1844) tarafından St. Petersburg’da *Troitsa Topluluğu (Baba, Oğul, Kutsal Ruh)* oluşturdu. Topluluğun adından da anlaşılacağı üzere felsefi temelleri Ortodoks Hristiyanlıktan beslense de tüzüğü, benzer bir Fransız kuruluşunun belgeleri temelinde geliştirildi.⁶ Fakat kadınların cephede yaralı ve hasta askerlerin bakımında sağlık personeli olarak hizmet vermesi Alman asıllı Büyük Düşes Yelena Pavlovna’nın himayelerinde ve ona bu aklı veren tanınmış Rus Doktor Nikolay Pirogov sayesinde gerçekleşmiştir. 1853-1856 Kırım Savaşı, Yelena Pavlovna’nın hayır faaliyetleri için uygun sosyo-politik bir alan açtı. Yenilgiye giden gergin günler ister istemez Rus elitleri ile toplum arasında dayanışma bağı oluşturdu. Pek çok ünlü ölümü göze alarak cepheye gitmek için uğraşı veriyordu. Bunlardan biri de St. Petersburg Tıp ve Cerrahi Akademisi’nde profesör olan ünlü cerrah Nikolay İvanoviç Pirogov idi. O bu savaşı “*travmatik bir salgın*” olarak nitelendirerek cepheye gitmek için Çar I. Nikolay’dan özel izin talep etti. Bu idealist hekimin akademik faaliyetleri ve öğrenci yetiştirme vasfı göz önünde bulundurularak uzun bir süre yanıtsız bekletildi. Beklemekten sabrı tükenen Pirogov, gerekli izni almasına yardım edebileceğini umduğu Yelena Pavlovna’ya müracaat etti. Büyük Düşes, Pirogov’un talebini geri çevirmedi lâkin kendisine cephede sağlık yönünden daha ne tür iyileştirmeler yapılması gerektiği sualini yöneltti. Nikolay Pirogov ise 1814’ten beri St. Petersburg’daki Mariinsky Hastanesinde görevli doktorlara Dul Evi’nin “*şefkatli dulları*” tarafından yardım edildiği bilgisini aktararak cephe koşulları için de benzer bir hizmet düzenlemesinin isabetli bir karar olacağını ilettili. Bunun üzerine Yelena Pavlovna, Doktor Pirogov’a kulak vererek ve gerekli araştırmaları yaptırarak ordu birliklerinde “*Merhametli Kız Kardeşler müfrezeleri*” oluşturmaya başladı. Attığı bu somut adımlarla Rus Kızıl Haç Derneği’nin öncüsü olan “*Merhamet Kız Kardeşleri Kutsal Haç Topluluğunun*”

⁶ Çarlık Rusya’da Kızılhaç Topluluğu ile ilgili olarak ilk eser St. Petersburg Askeri Okullarının matbaasında 1850 yılında neşredilmiştir. Resimlerle okuyucunun ilgisine mazhar olan bu eserde Topluluğun misyonu açık bir şekilde bakıma muhtaç yaşlı, çocuk ve hastalara şefkatle hizmet etmek olarak belirtilmiştir. Topluluğun kurucularının isimleriyle başlayan eserde topluluğun St. Petersburg’da kurulduğu üç katlı bina ve bahçesine de yer verilmiştir. Bina içinde kadınların odalar, Ortodoks Kilisesi, Evangelist Kilisesi, eczane, bakıma muhtaç yaşlı, çocuk ve diğer hastaların bakım üniteleri resimlendirilerek okuyuculara tatmin edici bilgiler aktarılmıştır. Ayrıntılı bilgi için bkz.; *Opisanie Sank-Peterburgskogo zavedeniya Obşini sester miloserdiya*: C 8-yu politipajnımı risunkami.- izdv. tipografii voenno-yčebnih zavedeniy Sank-Peterburg 1850.

kurucularından biri oldu. Bu topluluğa dindar, merhametli, iffetli, temiz, alçakgönüllü, sabırlı ve kurallara koşulsuz itaat eden yaşları 20-40 arasında olan kadınlar seçildi. Bu kadınlar fakir hastalara bakacak, yaşlıları teselli edecek, kötülöklere esir olanları hak yola davet edecek, evsiz çocukları yetiştirecek ve kötü meyilli olanları ise ıslah edeceklerdi.⁷ Üst düzey bazı askeri yetkililerin muhalefetine rağmen⁸, Pirogov tarafından desteklenen topluluğun tüzüğü Çar I. Nikolay'ın 25 Ekim 1854'te Mihailovsky Sarayının kilisesinde onayını almayı başardı.

Merhamet Kız Kardeşleri Kutsal Haç Topluluğu (Krestovozdvijenskaya) faaliyetlerine St. Petersburg'da yer alan Kalinkinsky Hastanesi'nin mütevazı ahşap katında başladı. Yelena Pavlovna, aile sorumluluklarına bağlı olmayan tüm Rus kadınlarına hasta ve yaralı askerler için yardım çağrısında bulundu.⁹ Yelena Pavlovna topluluğun faaliyetlerini de ayrıca finanse etti. Her gün hastaneleri ziyaret ederek orada çalışan kadınların işlerine olan şevkini arttırmak için bakıma muhtaç hastaların yaralarını kendi elleriyle sardı. Kadınların takacağı haç için Aziz Andrey kurdelesini seçerek 5 Kasım 1854'te otuz beş kadını Sivastopol'a gönderdi. Kırım'da, pratik eğitim ile ilgili olarak askeri tahliye noktaları ve revirlere bizzat Pirogov tarafından görevlendirildi. Bu otuz beş kadın ilk Rus askeri kadın topluluğu olarak dünya tarihine geçti. 1855 Eylül'ünde bu topluluğun 120 kadın personeli daha Kırım'a ayak bastı. Ünlü Rus Doktor Nikolay Pirogov "*Büyük Düşes (Elena Pavlovna), Sivastopol'a merhamet kız kardeşlerini göndererek, yaralı ve hasta Rus askerlere gerçek bir vatan hizmetinde bulundu ve hastanelerde bir devrim yaptı. Hastalara şifa verilirken onlara hassas bir kadın şefkatini de kattı.*" sözlerini sarf etmiştir.¹⁰

⁷ Topluluğa katılmayı göze alan kadınlar tüzüğe göre "*denetimli kız kardeşler*" statüsünde bir yıl kalmalıydı. Bu süre daha sonra üç yıla uzatıldı. Bu süre zarfında ahlaki seviyeleri ile maddiyata yaklaşımları test edildi. Ayrıca, kız kardeş olmaya hazırlananlar, hastaları takip aşamasında bir doktorun testine tabi tutuldular ve sonuçlarını topluluk başkanına ve onu yöneten komiteye bildirdiler. Komite, testi geçenlere "*Merhamet Kardeşi*" unvanını vermeye karar verdi. Kabul edilenler bir müteveli huzurunda cemaatin rahibi tarafından yemin ettirilerek icazetini alıyordu. Akabinde de St. Petersburg Metropoliti tarafından kendisine yeşil bir kurdele üzerine işlenmiş altın yaldızlı bir pektoral haç takdim ediliyordu. 1864 yılından itibaren eğitimleri sistematik hale getirilmişti. 1870'de temel farmakoloji bilgisi verildi. 1872'de de teorik bir tıp dersine tabi tutuldular. 1873 yılından itibaren ise bu tıp dersinin sınavında başarılı olunması zorunlu kılındı. M.İ. Kunkite, "*K voprosu o vhojdenii petrogradskih Pokrovskoy i Svyato-Troitskoy obşin sester miloserdniya v sostav ROKK*", *Materiali Otkritoy gorodskoy konservatuar'nı kurdu ve Rusya'da Kızıl Haç'ın temellerini attı. Ayrıntılı bilgi için bkz; https://www.rct.uk/collection/2908466/grand-duchess-elena-pavlovna-of-russia-1807-1873* (28.5.2022) Elene Pavlovna cepheye Bakunina, Kartseva, Stakhovich ve Khitrovo gibi kadınları gönderdi. Kırım Harbi sonrasında bu kadınlar "*Sivastopol Savunması İçin*" yazılı üstün hizmet madalyası ile ödüllendirildi.

⁸ Kadınların cepheye görev almasının ordunun disiplinini bozacağını düşünüyorlardı.

⁹ *Tsentralny Gosudarstvenny İstoricheskiy Arhiv Sankt-Peterburga* (TsGIA SPb), f.392, op.1, d.56

¹⁰ Stuttgart'ta Württemberg Prensisi Paul ve Sakse-Hildburghausen Prensesi Charlotte'un en büyük kızı olan Württemberg Prensesi Friederike Charlotte Marie olarak 1807 yılında doğdu. 1823'te Rus Ortodoks Kilisesi'ne kabul edildi ve ona Elena Pavlovna adı verildi. 1824'te Rusya Büyük Dükü Mihail Pavloviç ile evlendi ve çiftin beş kızı oldu. 1849'da kocasının ölümü üzerine, hayır kurumlarının ve sanatın kayda değer bir hamisi oldu. Petersburg Konservatuarı'nı kurdu ve Rusya'da Kızıl Haç'ın temellerini attı. Ayrıntılı bilgi için bkz; https://www.rct.uk/collection/2908466/grand-duchess-elena-pavlovna-of-russia-1807-1873 (28.5.2022) Elene Pavlovna cepheye Bakunina, Kartseva, Stakhovich ve Khitrovo gibi kadınları gönderdi. Kırım Harbi sonrasında bu kadınlar "*Sivastopol Savunması İçin*" yazılı üstün hizmet madalyası ile ödüllendirildi.

Aralık 1854'ten Ocak 1856'ya kadar geçen on üç aylık süreçte Kırım topraklarında iki yüzden fazla Kızılhaç kadın görev yaptı. Doktor Pirogov, Sivastopol'da yaralı ve tifo hastalarının kışlalarda, hastanelerde, avlularda, sokaklarda hercümerç halde olduğunu hatırlattı. Pirogov liderliğindeki Kızılhaç, on iki gün gibi kısa bir zaman diliminde bu keşmekeşliği ortadan kaldırdı. Rahibeler ameliyatlarda hekimlere yardım ediyor, hastaların bakımını üstleniyor ve ölenlerin yakın arkadaşlarını teselli ediyordu. Kızılhaç kadınlarının hemen hemen hepsi tifüse yakalandı ya da yaralandı. İçlerinden on yedisi hayatını kaybetti. Petersburg'da ise Yelena Pavlovna, topluluk için gerekli olan malzemelerin zamanında cepheye gönderilmesini şahsen denetledi. Hastaların yiyecek ve giyecek ihtiyaçları içinde özverili çalışmalar gerçekleştirdi. Çarlık Rusya kamusal alanında “*kutsal haç kadınları*”, “*memur kızlar*” ya da “*şefkatli dullar*” gibi tanımlamalar artık yerini almaya başladı. Savaşın cereyan ettiği cephe ve tahliye noktalarında üstün hizmet gösteren Kızılhaç hekimleri ve kadınları hakkında basında kahramanlık yazıları kaleme alındı.¹¹

Çarlık, 1853-1856 Kırım Harbinde elde ettiği mağlubiyetten bazı dersler çıkardı. Filvaki, batılılaşmaya yabancılaşmadan Batı dünyası ile başa çıkmak gerektiğini bir kez daha idrak etti. Mamafih, etno-dinsel ağırlıklı ideolojik hazırlıklar yaparak yayılmak istediği coğrafyalarda sosyolojik etki zemini tesis etmeye, bir nevi sahada var olmaya koyuldu. Ayrıca askeri teknolojik faaliyetlere ve reformlara canlılık verildi. Almanya'nın birliğini sağlama meselesinin Avrupa'nın gündemini çalkaladığı bir atmosferde tarafsız ve soğuk bir tavır sergileyerek güçler dengesindeki hassasiyet önemsendi. Türkistan, Kafkasya ve Balkanlar stratejisini ciddiyetle ve titizlikle sürdürdü. Bu üç coğrafyadan özellikle Balkanlara daha farklı bir perspektifle açılım başlatıldı. Balkan Slavları ile ortak dinsel mezhepsel karakter, etnik doku ve ortak tarihsel miras ön plana çıkarıldı.

Hasta ve Yaralı Askerlerin Bakımı Derneği'nin Kuruluşu ve Kızılhaç Kadın Toplulukları

XIX. asırda ilerleyen teknoloji ile yaşanan sosyolojik dönüşümler insanların savaşlara bakış açılarında değişimlere yol açmıştı. Daha kısa sürede daha fazla insanın hayatını kaybettiği, yaralandığı, zorunlu göçe tabi tutulduğu ya da salgın hastalıklarla mustarip olduğu sorunlar gazete ve mecmualar ile ünlü edebilerin eserlerinde yerini alıyordu. Bu yüzdendir ki, 22 Ağustos 1864 tarihinde aralarında İsviçre, Belçika, Danimarka, İspanya, İtalya, Portekiz, Fransa, Prusya, Baden,

¹¹ Bu topluluğun en bilineni ve diğer kadınlar için rol modeli Ekaterina Bakunina'dır. Günlerce ameliyathaneden ayrılmayan E. Bakunina art arda 50 amputasyona yardım ederek cerrahlara yardım etti. Ayrıntılı bilgi için bkz; Bakunina Ye. M. *Zapiski Vestnik Evropi*, No: 3-6, Sankt- Peterburg 1898.

Hesse ve Württemberg'in bulunduğu güçler yaralı ve hasta askerlerin sorunlarını biraz olsun hafifletmek amacıyla Cenevre Sözleşmesi'ni imzalamışlardı. Bu tür bir belgenin oluşturulması uluslararası insani hukukun temel taşlarından biri olması hasebiyle kayda değerdir. Tarihte ilk kez insanlık, savaş meydanında sıhhi hizmetlerin dokunulmazlığı ilkeleri kapsamında savaşta yaralananlara ve hastalara yardım etme yükümlülükleri kazanmıştır. Avrupalılaşıma çabası veren Çarlık Rusya başkentinde hiç zaman kaybedilmeden Cenevre şartlarına tatbik amacıyla Uluslararası Yaralılara Yardım Komitesi kuruldu. Avrupa uyumu perspektifinde Rus Çarı II. Aleksandr ülkesinde serflığı kaldırarak hukuki, siyasi, askeri, tıbbi, tedrisi, mali, sosyo-kültürel ve toprak alanlarda kapsamlı reformlarını hız kesmeden sürdürüyordu. Bu etkin başkalaşım günlerinde sağlık reformu da ister istemez divana yatırılmak istendi. Avrupa'da peydahlanan bu sinerji Rusya'ya da sirayet etti ve akabinde Cenevre Sözleşmesine¹² iştirak edildi. Hiç vakit kaybedilmeden 1867'de St. Petersburg'da Kışlık Saray doktoru F.Ya. Karel, M.S. Sabinina ve M.P. Fredericks önderliğinde ve II. Aleksandr'ın eşi Maria Aleksandrovna'nın himayelerinde *Hasta ve Yaralı Askerlerin Bakımı Derneği*'nin kuruluşu için çalışmalar başlatıldı. Çariçenin ihtimamını gözeten daire bir tüzük hazırlamaya koyuldu. Hasta ve Yaralı Askerlerin Bakımı Derneği'nin taslak tüzüğü 3 (15) Mayıs 1867 tarihinde Danıştay'a kararları tartışılmak üzere sunuldu ve Çar tarafından uygun/yararlı bulunarak onaylandı. 23 Mayıs'ta ise kamunun bilgisine sunulmak üzere ilana çıktı.¹³ 10 Mayıs 1867 Dışişleri Bakanı A.M. Gorçakov, Rus İmparatorluğu hükümeti adına Rusya'nın Cenevre Sözleşmesi'ne katılım deklarasyonunu imzaladı. Bu bildirge 29 Eylül 1867'de Rus İmparatorluğu'nun Yönetim Senatosu tarafından onaylandı. Tüzüğe göre, Hasta ve Yaralı Askerlerin Bakımı Derneği'nin temel amacı hasta ve yaralı askerlere kim olduğuna bakılmaksızın tıbbi ve diğer her türlü yardımı yapmaktır. Başkent ve taşra illerinde mahalli idarelere bağlı, bir kamu inisiyatifi sonucu oluşturulan derneğin merkezi St. Petersburg olarak belirlendi. Komitelerin üyeleri dernek çatısı altındaki görevlerini karşılık beklemeksizin yerine getirdiler.

¹² Kızılhaç, 1859'da Solferino savaşında yaralı askerlere yardım eden ve daha sonra siyasi liderlere savaş mağdurlarını korumak için daha fazla harekete geçmelerini için lobi yapan Jean Henry Dunant adlı yazar ve iş adamın girişimiyle ortaya çıktı. İki ana fikri, orduları tüm yaralı askerlere bakmakla yükümlü kılaacak bir anlaşma ve askeri sağlık hizmetlerine yardımcı olacak ulusal toplulukların yaratılmasıdır. J.H. Dunant fikirlerini 1862'de yayınlanan "*A Souvenir of Solferino / Solferino'dan Bir Hatıra*" adlı kitabında ortaya koydu. Memleketi Cenevre'deki Kamu refahı Komitesi bu fikirleri aldı ve bir çalışma grubu kurdu. 1863 Şubat'ında tüm yaralı askerlere bakmalarını zorunlu kılan ilk Cenevre Sözleşmesini kabul ettiler. Kızılhaç Organizasyonu hakkında ayrıntılı bilgi için resmi internet sayfasına bkz; <https://www.icrc.org/en/document/founding-and-early-years-icrc-1863-1914> (24.5.2022)

¹³ Topluluk Komitesinin kamuya açıkladığı işlerle ilgili olarak bkz; TsGIA SPb, f.392, op.1, d.185

Toplantı kararlarını açık oylama ile aldılar. Kurulduğu yıl 218 üyesi olan dernek bir yıl gibi kısa bir zamanda 7895 üye sayısına erişti. Bu rakamlar organizasyonun aktif bir şekilde faaliyet gösterdiğinin ya da toplumun farklı kesimlerine değin erişen bir çalışma yürüttüğünün belirtisidir.¹⁴ Bu gönüllü hareket cephe gerisinde hasta ve yaralı askerlerin bakımlarını sağlamak amacıyla kadınların tıp eğitimini üstlendi. 1877-1878 Türk-Rus savaşı sırasında kadınların cephelere gönderilmesi ve kadının orduda yer almasının olumlu yanının kamusal alanda karşılık bulması bu cemiyetin sayesinde gerçekleşmiştir. Artık büyük bir hızla ülkenin özellikle batı cenahında yer alan vilayetlerindeki kuruluşlar kadınların hemşire ve hasta bakıcı olarak yetiştirilmesini hedefleyen misyon ve vizyon geliştirdiler.

1870 yılına gelindiğinde, Çarlık Rusya'nın başkenti St. Petersburg ile kadim şehri Moskova'da aşağıda yer alan sağlık okulları, sağlık personeli yetiştirme evleri ya da kursları mevcuttu:

1. Petersburg Yüksek Tıp İhtisası Kadın Kursu
2. Petersburg Revir Komitesi Tıbbi Asistan ve Sağlık Görevlisi Okulu
3. Petersburg Aziz Georgi Sağlık Görevlisi Okulu
4. Petersburg Pokrovskaya Topluluğu Sağlık Görevlisi Okulu
5. Petersburg ve Moskova Sağlık Görevlisi Yetiştirme Evi
6. Moskova Marinskiy Sağlık Görevlisi Okulu¹⁵

St. Peterburg'da Teşkil edilen Kızılhaç Toplulukları;

1. Krestovozdvijenskaya (St. Petersburg Kutsal Haç Topluluğu)
2. Sv. Troitskaya (Aziz Üçleme)
3. Sv. Georgiya (Aziz Georgi)
4. Pokrovskaya
5. Knyagina Baryatinskaya Kızlar Topluluğu

Moskova'da Teşkil edilen Kızılhaç Toplulukları;

1. Utoleniya Peçali (Acımlarımı Tatmin Et)
2. Vladıçno Pokrovskaya
3. Nikolskaya

¹⁴ Hasta ve Yaralı Askerlerin Bakımı Derneği'nin 1877-1878 Türk-Rus Savaşı arifesinde üye sayısı 10.000'i aşıyordu. O. Çistakov, "Deyatelnost Rossiyskogo obşetva Krasnogo Kresta v voorujennih konfliktah (1867-1917 gg.)", *Puti k miru i bezopasnosti*, Spetsvıpusk: Gumanitarnie vizovı, gumanitarnoe reagirovanie i zaşıta grajdanskogo naseleniya b voorujennih konfliktah, no: 1 (54), Moskva 2018, ss.223-224.

¹⁵ P.A. İlinskiy, *Russkaya jenshına v voynu 1877-1878 gg.: Oçerk deytelnosti sestör miloserdiya, feldşerits i jensin-vraçey*, Tipo-lit P.İ. Şmidta, Saknt-Peterburg, 1879, s.272.

St. Petersburg ve Moskova dışındaki Kızılhaç Toplulukları:

1. Yekaterinskaya - Novgorod
2. İoanno-İlinskaya – Pskov
3. Blagoveşenskaya – Yalta
4. Sturdzovskaya – Odessa
5. Obşina Sester “Krasnago Kresta” (Kızılhaç Kadın Topluluğu) – Tiflis
6. Obşina Sester “Krasnago Kresta” – Kostroma
7. Obşina Sester “Krasnago Kresta” – Gelsingfors (Helsinki)
8. Obşina Sester “Krasnago Kresta” – Tambov
9. Obşina Sester “Krasnago Kresta” – Revel
10. Obşina Sester “Krasnago Kresta” – Pskov
11. Obşina Sester “Krasnago Kresta” – Viln (Vilnius)
12. Obşina Sester “Krasnago Kresta” – Varşav (Varşova)
13. Obşina Sester “Krasnago Kresta” – Harkov

Kızılhaç’a Ait Diğer Topluluklar

1. Kasperovskaya Obşina v Odesse (Kasperovskaya Topluluğu) – Odessa
2. Obşina sester v Kieve (Kızlar Topluluğu) – Kiev
3. Aleksandrovskiy otdel sester “Krasnago Kresta” v Sankt-Peterburge (Kızılhaç kardeşleri Aleksandrovskiy Bölümü) – St. Petersburg¹⁶

Kolayca anlaşılacağı üzere, Kızılhaç kadın toplulukları esas olarak St. Petersburg ve Moskova’da teşkilatlanmışlardı. Kırım Harbinden 93 Harbine kadar geçen çeyrek asırlık süreçte sadece St. Petersburg’da 300 Kızılhaç kadından oluşan 8 büyük topluluk mevcuttu. Bu tür topluluklar bir nevi kurumsallaşmışlardı ve bu tecrübeye Balkan coğrafyasında yapılan savaşın payı oldukça büyüktü. Hemşirelik ise bu dönemde artık profesyonel bir meslek haline gelmişti.

Rus Kızılhaç Kadınlarının Eğitim-Öğretim Programları ve Balkanlardaki Faaliyetleri

Yukarıda zikredilen mevzu bahis Kızılhaç topluluklarının her birinin daimî hastaneleri, eczaneleri, sığınakları, çocuklar için eğitim kurumları bulunuyordu. Ayrıca burada görevli uzmanlar hasta bakımı hususunda deneyim sahibiydiler.

¹⁶ Görüldüğü üzere bu toplulukların hemen hemen hepsi Çarlık Rusya coğrafyasının batı cenahında yer almaktadır. Bunun temel nedeni bu bölgelerde yaşayan kadınların zihni dünyalarının doğuda yaşayan kadınlarınkine göre farklı olmasıydı. Yine Çarlığın Batı şehirlerinin doğu şehirlerine göre daha gelişmiş olması da bir başka önemli nedendir. *A.g.e.*, s. 272-273.

Her biri meslek ve görev dairesinde yer alan konuların teorik derslerini almışlardı.¹⁷ Bu toplulukların okul, kurs ya da hastanelerinde öğrenim elde etmenin bazı şartları vardı. 20 yaşından küçük olanlar, Hristiyan olmayanlar, adli sicilî temiz olmayanlar ile hasta bakımı konusunda bilgi, yetenek ve sabrı olmayanların başvuruları kabul edilmiyordu. Başvurular 20 Ağustos–1 Eylül tarihleri arasında yapılmıyordu. Varsa eşinin ya da babasının izni, doğum belgesi ve aile mensubiyet bilgileri (*köylü/soylu*) kayıt için zorunlu belgeler arasındaydı. İki yıllık öğrenim sonrasında 6 hafta boyunca süren İmtihanları başarıyla geçmeleri zorunluydu. Okullarda kostüm sade ve mütevazî olması şartıyla serbestti. Bu birimlerde okuyan kızların pasaportları başta olmak üzere değerli belgeleri başhemsire tarafından saklanıyordu. Nikolayevski Askeri Hastanesine kayıt yaptırmak kolay değildi. Yıllık ücreti 50 rubleydi ve iki ay üst üste ödeme yapmayanların kaydı siliniyordu. Öğrenim hakkı kazanan kadınlara ilk girdiklerinde 100 ruble erken ödeme yapılmaktaydı. Diğer aylar ise 30’ar ruble kişisel harcamaları için verilmekteydi. Okul giriş sınavlarında matematik bilgisi ile Rusça okuma yazma bilgisi gerekmektedir. Rusça okuma yazması zayıf ancak sağlık konusunda yetenekli ve bilgili olanları Pokrovskaya Kızılhaç Topluluğuna alıyorlardı. Öğrenim programına dâhil olanlar ilk ay boyunca ameliyatlara alınmaktaydı. Kan ve ameliyat korkusu olanların bu süreçte kayıtları silinmekteydi. Öğrenimin ikinci ayında iç hastalıklar hakkında bilgiler edinmekteydiler. Üçüncü ay bandaj çeşitleri ve bağlama yöntemleri, ameliyat malzemeleri, insan anatomisi, kan dolaşım sistemi ve ateş ölçme üzerine bilgiler aktarılmaktaydı. Dördüncü ve beşinci aylarda ameliyatlara dâhil edilen kızlar ameliyatlardan sonra hasta bakımı konusunda eğitilmekteydiler. Öğrenimin altıncı ayında iç organlar hakkında bilgiler sunulmaktaydı. Nefes ölçümü, hasta bakımı ve beslenmesi gibi önemli dersler verilmekteydi. Yedinci ve sekizinci aylarda gece nöbeti zorunluydu. Sekizinci ay içerisinde hastane kayıt defteri için hasta raporu tutmayı öğrenmekteydiler. Dokuzuncu ayda ise hijyen dersleri vardı. Onuncu ay ve sonrasında daha çok teorik ders ağırlıklı konular mevcuttu. Örneğin organizma üzerine yoğunlaşıp salgın hastalık türlerini inceliyorlardı. Ayrıca hasta diyeti, yoğun bakım ünitelerinde hasta bakımı ve kloroform kullanımı konusunda deneyim ediniyorlardı. Eğitim öğretim programı sonrası yapılan sınavlarda elde edilen başarılarından sonra ya hemşirelik diploması ya da hasta bakıcılığı diploması almaya hak kazanıyorlardı.¹⁸

¹⁷ Ayrıntılı bilgi için bkz; P.A. Ilinskiy, *a.g.e.*, s.272.

¹⁸ Kızılhaç’a bağlı sağlık okullarının kayıt sınavlarına girecek adaylarda öncelik şehirlerde yaşayanlardaydı. İlçelerden gelenler ise şehirlerden katılanlardan sonra avantaja sahiptiler. Diğer şehirlerden gelip sınava katılanların şansları daha azdı. Bu tür uygulamaların yapılmasının temel nedeni okul kontenjanlarıdır. Nikolayev Askeri Hastanesinin 4. veya 5. Sınıflarından Kızılhaç Topluluklarına katılmak isteyenler sınavlardan muaf tutularak alınıyorlardı. *A.g.e.*, s.268.

Kızılhaç Topluluklarının yoğun ve sistematik eğitim öğretim faaliyetleri en zor şartlarda hayat kurtarmaya yönelikti. Çarlık, sağlık birimlerini her türlü güçlendirmek adına bir yandan yurtdışındaki özellikle İsviçre'deki sağlık sistemini takip etmekte diğer yandan ise Çarlık sınırları içerisinde sağlık hizmetlerinin önünde bulunan hukuki, siyasi, ekonomik, askeri ve toplumsal engelleri aşma yönünde çaba sarf etmekteydi.

Tüm bu gelişmeler yaşanırken akla getirilmesi gereken bir husus ise 1875'ten itibaren Balkan Slavları meselesinin kabuğunu çatlatarak uluslararası arenada ses getirmeye başlamasıdır. Rusya'nın geleneklerine bağlı kalarak güçleneceğine inanan muhafazakâr kesim ise Bosna Hersek'te ayaklanan asiler meselesini Slav kardeşliği konusuyla bir araya getirerek halkın nazarında derin bir retorik kazandırmaya gayret göstermekteydiler. 9 Temmuz 1875'te Karadağ Slavlarının Osmanlı Devleti'ne karşı isyan etmesi Sırp larca desteklenmişti. Rus basını bu mesele ile çalkanmaya başlamıştı. *Doğu Sorunu* olarak bilinen bu isyana Rusya'da Narodnik Devrimcileri, askerler, gazeteciler, din adamları, iş adamları, entelijansiya hatta hekimler kayıtsız kalmamışlardı. Daha açık bir ifadeyle Rusya, yüzyıllardır savaşı Balkan Yarımadası'nın Ortodoks halklarını desteklemeyi geleneksel ahlaki bir görev olarak telakki ediyordu. Binaenaleyh, Rus halkının temsilcileri 1875'te isyan eden Karadağlılara dini ve milli duyguların heyecanıyla yardım etmeye başladılar.

1875'te Çarlık Rusya İçişleri Bakanlığı ile Savunma Bakanlığı anlaşarak, *"Hasta ve Yaralı Askerlerin Bakımına Atanan Kızılhaç Kız Kardeşleri Hakkında Genel Kurallar"* metnini yayınladı. 15 Aralık 1875'te savaş yaralıları ve hastalarının bakımı için toplum tarafından gönderilen dört doktor, on sağlık çalışanı ve birkaç servis personelinden oluşan ilk tıbbi müfreze Rusya'dan Karadağ istikametine doğru yola çıkmıştı. Yolculuk öncesi sağlık müfrezesinin Karadağ'da kullanması amacıyla 170 bin ruble fon ve tıbbi donanım sağlandı. Bu ekip Rusya'nın yakın bir zamanda gerçekleşmesi kuvvetle muhtemel büyük çaplı bir Türk-Rus harbi için sağlık araştırmalarını merkezine alan keşif çalışmaları gerçekleştirdi. Zupa ve civarlarında iki revir yaralı ve hastaların tedavisi için açıldı. Sıhhi müfreze yaralı isyancılar ve yakın çevrede yaşayanlar için tıbbi bakım hizmeti sunmaya başladı. Doktorlar ivedilikle tifüs ve dizanteri yayılımına karşı önleyici tedbirlere koyuldu. Türk-Sırp savaşı (1876-1877) sırasında ise çeşitli toplulukların kadın sağlık birimleri savaşın cereyan ettiği bölgelere intikal ettirildiler. Sırbistan'da 115 doktor, 4 eczacı, 118 hemşire, 41 tıp öğrencisi ve 78 sağlık görevlisinden oluşan bir Rus müfrezesi görev yaptı. Kadın doktorlar arasında V. M. Dmitrieva, M. A. Siebold, R. S. Svyatlovskaya ve diğerleri vardı. Kadın tıp kurslarının öğrencileri S. İ. Bolbot ve V. P. Matveeva, Sırbistan'daki gönüllü *"özel yardım"* sıhhi müfrezelerinde çalıştı. Savaşın ilk

günlerinde sıhhi hizmetin organizasyonu uygulamada kurulamamıştı ve yaralılara yardım etmek için bir hastane oluşturmak neredeyse tamamen Rus doktorların gayretiyle sağlanabilmişti. Hasta ve yaralı bakımını meslek edinmiş Kızılhaç kadınlarının yanı sıra, savaş durumunda eğitilen Kızılhaç'ın kadınları da vardı. Aslında Kızılhaç'ın kadınları dini ve milli duygularla Balkanlarda hasta ve yaralılara hizmet etmek için günlük yaşamlarından vazgeçmeye adanmış insanlardı. Sadece St. Petersburg ve Moskova'da değil aynı zamanda taşra kentlerinde de böyle kadınlar çoktu. Bu savaş Rus kadın tıbbi birimlerinin başka bir ülkedeki faaliyetlerinin ilk deneyimiydi ve yaşadıkları kent olan Petersburg'dan yaklaşık 2000 km uzaktaydı. 17 Ağustos 1876'da, N.A. Şehovskaya'nın nezaretindeki 10 kişilik Rus Kızılhaç müfrezesi Karadağ'daki savaş bölgesine ulaştı. Kızılhaç kadınları, Çetince'de her biri 80-100 yataklı iki askeri hastane kurdular. Hastanede yer bulamayan hafif yaralılar için yirmi ev kiraladılar. Kızılhaç kadınlarının biri mutfak diğeri depoyla uğraşırken üçüncüsü hastalara bakıyordu. Kadınlar sabahın erken saatlerinden akşam geç saatlere kadar canhıraş bir vaziyette görevlerini yerine getiriyorlardı. Tahmin edileceği üzere hasta ve yaralı askerlerin yatırıldığı baraka, hastane ve revirlerde temizlik ve sessizliğin muhafazası oldukça zordu. Yaralı askerlerin çılgılık ve iniltileri arasında enfekte olmamak oldukça güçtü. Üstelik Kızılhaç kadınlarının hizmetleri hastaneyle sınırlı kalmıyordu. Kızıl Haç Derneği tarafından yoksullara dağıtılmak üzere gönderilen çamaşırların ve ilaçların dağıtımı işinden de sorumluydular.¹⁹ Bu kadınlar aynı zamanda pansuman istasyonlarında da çalıştılar. Kızılhaç kadınları açık havada, avlularda, sokaklarda ya da günde 500-600 yaralının yatırıldığı tarlalarda yaralı askerlerin yaralarını sardılar. Dinlenmek için günde üç saatten fazla zamanları kalmıyordu. Yemek pişirme ve binaların temizlik işlerinden bile sorumlu tutuldular.²⁰ Karadağ'daki bir başka Rus Kızılhaç Topluğu olan *Aziz Georgi Topluğu* sekiz ay gibi bir zaman diliminde hastanelerde 1058 hastayı tedavi etmiştir. 100'ü büyük 611'i küçük olmak üzere 711 ameliyat yapmıştır.²¹ Bölgenin yoksullarına da temiz çarşaf ve kıyafet dağıttılar. Öte yandan, Büyük Düşüş Aleksandra Petrovna'nın *Şefaati Topluğu* da bölgede sıhhi çalışmalara girişmiştir. 10 Temmuz'da, masrafları kendisine ait olmak üzere, bir grup doktor ve Mediko-Cerrahi Akademisi öğrencisini, Başhekim M.A. Lebedev önderliğinde olağanüstü halin yaşandığı bölgeye yollamıştır. Şefaati Topluğu'nun 19 kadın personeli Karadağ Sıhhi

¹⁹ *Oçerk dvatsatipyatiletny deyatelnosti Krestovozdvijenskoy obşını sestör miloserdiya*, Tip. İzd. Gratsianskogo, Sankt-Peterburg 1879, s. 63.

²⁰ S.K. Mahaev, *Podvjinitı miloserdiya. Russkie söstri miloserdiya*, Tip.G. Lissnera i D. Sobko, Moskva 1914, s. 12.

²¹ *Obşına sestör miloserdiya Sv. Georgiya: İstoričeskiy oçerk Obşını sestör miloserdiya Sv. Georgiya v Sankt-Peterburge za dvatsatipyatiletie (1870-1895)*, İzd. B.İ., Sankt-Peterburg, s.9.

Müfrezesi'nin himayesinde görevlerini ifa etmiştir. Savaşın cereyan ettiği Balkan coğrafyasında görev yapanlar arasında gönüllülerin sayısı azımsanmayacak orandaydı. S.İ. Bolbot, E.A. Markova, N.P. Yanovskaya, V.A. Petrova, V.P. Matveeva, Yu.A. Kurvuaze, A.N. Podrezan, P.A. Bıstroumova, N. Dragneviç gibi doktor ve sağlık görevlileri bu gönüllülerden öne çıkanlardı.

Bu ekip hastanelerdeki ameliyathane ve pansuman istasyonlarındaki askeri doktorlara aktif olarak yardım ettiler. Müfrezede başhekim olan A. Şerbak tıbbi kayıtlara geçecek şu ifadeleri kaleme aldı: *“Kızılhaç hemşire ve hasta bakıcıların içlerindeki enerjiye ve istikrara şaşırmamak elde değil. Pansuman revirlerinin ağır şartlarına, hastalıklara, imkânsızlıklara ve bazen de tehlikelere rağmen, sadece doktorun makul ve aktif yardımcıları olmakla kalmayıp, hatta bazen onun yerini alarak üstlendikleri faaliyetlere sadıklar...”*²² 21 hastanenin başhekimisi olan Nikolay İvanoviç Piragov ise raporunda şunları kaydetti: *“Kızıl Haç Cemiyeti, hastaneye bu kadınları göndermekle hastalara en büyük faydayı sağlamıştır. Yiyeceklerin hazırlanmasını, uygun şekilde dağıtılmasını ve ayrıca çay, şarap, votka gibi içeceklerin hastalara doğru şekilde dağıtılmasını denetlemek için özel hizmetler sağladılar. Özellikle kritik hastaların durumu başta olmak üzere, koğuş sakinlerinin tüm emirlerinin eksiksiz olarak yerine getirdiler.”*²³ Bütün bu görevler dışında Kızılhaç'a mensup kadınlar hastalara bazı kitaplar okuyor ve okuması yazması olmayanlar için mektuplar kaleme alıp çoğu zaman onları iyi bir sohbetle neşelendiriyorlardı.

Kızılhaç Toplulukları Balkanlardaki faaliyetleri itibarıyla genel olarak üç gruba ayrılabilir:

1) Yoksullara yardımda bulunmak ve terk edilmiş çocuklar yetiştirmek amacıyla kapsamlı hayır faaliyetleri yürüten topluluklar.

2) Yaralı ve Hasta Askerlerin Bakımı Derneği'nin kadın komiteleriyle yakından çalışan ve ana faaliyeti hasta ve yaralı askerlere yardım etmek olan topluluklar;

3) Manastır yurdu temelinde var olan çoğunluğu kadın manastırlarında bulunan ve Kutsal Sinod²⁴ tarafından yönetilen topluluklar;²⁵

Neticede bölgedeki yaralı ölümlerinin önemli ölçüde azaldığı gözlemlendi. Yaralı ve Hasta Bakımı Derneğine bağlı Mahalli İdareler Kadın Komitelerinin personelleri bazı illerde yerel hastaların bakımı hususunda da mesai harcadılar. Bu kuruluş gerçekleştirdikleri faaliyetleriyle idare ve toplumda saygın bir yer

²² A. Şerbak, Vraçebnie Vedomosti, 23.9.1876.

²³ Nikolay İ. Pirogov, *Bu Hirurgom Zapiski Starogo Vraça*, İzd. Algoritm, Moskva 2022, s. 43.

²⁴ Rus Çar'ı I. Petro (Pyötr) 1721 tarihinde Rus Ortodoks Patrikliğinin yerine devlete bağlı Kutsal Sinod'u kurdu. Bu kurum dini ve idari anlaşmazlıkları bertaraf etmek için din adamlarının toplandığı kuruldu.

²⁵ Ye. Ye. “Belova, Sestri miloserdiya v period rusko-turetskoy voyni 1877-1878 gg.”, *Yroslavskiy pedagogičeskiy vestnik*, No:2, s. 33-34, Yroslav 2010.

elde etti. Sırbistan ve Karadağ'da Türklerle yapılan bu savaşlarda Rus kadınların özverili hizmeti, daha sonra yapılacak 1877-1878 savaşı öncesi oluşan algıda yerini aldı. Bu tür faaliyetler Rusya'da yer alan Yüksek Tıp İhtisasına olan ilgiyi arttırdı. Kadınların tıp programlardaki kontenjanları artırılmıştır.

1877-1878 Türk-Rus Savaşında Rus Kızılhaç Toplulukları ve Balkanlardaki Faaliyetleri

Osmanlı İmparatorluğu'nun siyasi, askeri ve ekonomik yönlerden güçsüzleşmesi ve beraberinde Hristiyan tebaası arasında zuhur eden hoşnutsuzluk Balkanlarda yeni bir dış politika alanı açtı. Çarlık Rusya, Balkan Slavları ile etnik ve dini bağını hatırlayarak Balkan topraklarını Osmanlı'ya karşı baskıyla gordiyon düğümü haline getirmeye çalıştı. Çünkü Balkan coğrafyası Osmanlı Devleti'nin Avrupa ile fiziki bağlantısını koparabilecek bir konumdaydı. Bunun gerçekleşmesi durumunda Osmanlı Devleti ile Avrupa ülkeleri arasındaki kara ticareti büyük zarar görecekti. Balkan halklarını yitiren bir imparatorluk Hristiyan tebaası üzerindeki vergisinden de mahrum kalacaktı. Kaybettiği coğrafya kendisine dezavantaj olarak dönüşüverecekti. Balkanlardan gelecek Türk göçleri ile ekonomik yönden yıpranacaktı. Üstelik Balkan Hristiyanlarındaki kopmalar Ermeniler başta olmak üzere diğer milletlerde milliyetçiliğe dayalı isyanların çıkmasını tetikleyecekti. Bulgaristan, Karadeniz ve Kafkasya'dan sıkıştırılan Osmanlı ordusu bozguna uğratarak İstanbul'un kapıları sonuna kadar aralanmış olacaktı. Bu senaryo Rusya dışında kimseyi memnun etmeyeceğinden ötürü Osmanlı İmparatorluğu büyük güçler arasına denge diplomasisi uygulama konusunda pozisyon elde edebildi. Osmanlı iktidarı için böylesi zor bir süreçte Balkan Hristiyanlarının iplerini elinde tutanları oyalayabilecek temel politik uygulama, azınlık haklarını içeren ıslahatlardı. Ne var ki, bağımsızlık dışındaki tüm ıslahatlar hem azınlıkları hem de onları destekleyen Rusları tatminden uzaktı. Bu yüzdendir ki, 1856 Hattı-ı Hümayununun (Islahat Fermanı) Balkan Hristiyanlarının günlük yaşamları üzerinde cansız harflerden ibaret olduğu Rus cenahınca defaatle dile getiriliyordu. 1862 Bosna-Hersek ve 1866 Girit isyanlarını da bu duruma şahit olarak göstermekteydiler. Çarlık Rusya'da yönetim erkânı dış politikada ağırlığı Bulgar, Dağlık Karadağ, Bosna-Hersek ve Sırp meseleleri üzerine planlamıştı. Bu mesele artık onlar için yüzyılın jeopolitik bir projesiydi.²⁶ *Zimny Dvoret*

²⁶ Çarlık Rusya'da Balkan Ortodoksları için kiliselerde para toplanırken çocukları için okul kitapları kaleme alınmıştır. Diğer yandan, İngiltere, Fransa ve Almanya arasında bu meseleyi daima sıcak tutmuşlardır. İstanbul elçisi Nikolay Pavloviç İgnatyev'in 1870 senesinde ortaya koyduğu diplomatik girişimlerle Bulgarlar kilise otonomisi ve *eksarh* seçme hakkı elde ettiler. 1874 senesinde de Rusya'nın Balkan stratejisinin zararına Avusturya-Macaristan İmparatorluğu, Sırp ve Romenlerle uluslararası hukuka aykırı olarak ticaret antlaşması yaptı. Bu antlaşma yeni bir politikanın kapısını araladı. Osmanlı İmparatorluğu'nun maliyesinin olumsuz

Doğu Hristiyanları meselesini sadece Osmanlı İmparatorluğu hâkimiyeti altında yaşayan Slav milletlerinin bağımsızlaştırılması olarak görmüyorlardı. Üstelik bu durum sadece Türklerle savaşarak elde edilebilecek bir kazanım olamazdı. Avusturya-Macaristan, Almanya ve İngiltere ile de adeta mekik diplomasisini andıran müzakerelerin yapılması elzemdi.

Slav kardeşliği fikrinin Rus seçkinler ve kamuoyundaki tınısı Kışlık Saray üzerinde oldukça etkiliydi. Bu fikirleri savunarak makam mevki elde etmek, yazılan eserlerin tirajını arttırmak ya da toplumda saygın bir konuma erişmek mümkündü. Açıkçası “*Doğu Hristiyan Kardeşler*” ya da “*Balkan Slav Kardeşler*” mevzuu bir yanıyla ideolojik diğer yanıyla popülist bir eksen de ilerliyordu. Üstelik Avrupalı büyük güçlerin uluslararası siyasette izledikleri

sinyaller verdiği bir dönemde 9 Temmuz 1875'te zaptiyelerin Bosna-Hersek'i çevirip Türk denetçilerin vergi toplama gayreti Balkan Hristiyanlarının isyanına yol açtı. Viyana ve Budapeşte Balkanlarda çıkan bu Sırp-Karadağ isyanını endişeyle takip ediyordu. Endişelerinin asıl kaynağı isyanın Avusturya-Macaristan sınırları içerisindeki Sırp azınlıklarına sıçramasıydı. Rusların hipnozunda Büyük bir Sırp Devleti'nin kurulması elbette Avusturya-Macaristan için kâbustan farksızdı. Binaenaleyh, Osmanlı İmparatorluğu ile asiler arasında konsolosları vasıtasıyla arabuluculuğa soyundular. İsyancıların Müslümanlarla mahkemelerde eşit haklara sahip olmak ve tam olarak dinsel özgürlük yaşamak gibi talepleri oldu. Osmanlı Jandarma Teşkilatlarının Balkan Hristiyanlarının yaşadıkları yerlerde sınırlandırılması ve belirlenen vergilere keyfi vergiler eklettilmemesi gibi istekleri de vardı. Üstelik bu taleplerin üç gün gibi kısa bir sürede uygulanması şartı koşuldu. Babıâli 20 Eylül'de Bosna'da ilan edilen fermanla adaletle vurgu yapsa da asiler ve destekçileri tatmin olmadı. 2 Ekim ve 8 Kasım tarihlerinde ilan edilen İrade ise vergi yönü ağırlıklı olan adımlardı. 1873 yılına kadar olan vergi borçlarından muaf tutulma ve onda birin çeyreği olan verginin kaldırılacak olması da Balkan Slavları üzerinde olumlu bir etki bırakmadı. Aslında Osmanlı iktidarı için durum gayet anlaşılabilir mahiyeteydi. Rusya bu meseleyle öylesine ilgileniyordu ki hatta 3 Kasım tarihinde *Russkiy Pravitelstvennyy Vestnik* (Rus Hükümet Gazetesi)'te Sultan'ın azınlık hakları konusundaki yükümlülüklerini yerine getirmesi gerektiği konusunda bir yazı kaleme alındı. Rusya'ya göre bu beyan Avrupa'yı eğlendirmeye ve aldatmaya yönelik bir adımdı ve bundan öte ilham kaynağını İngiliz Başbakan Benjamin Disraeli'den alan “*cesur bir komedi*”den ibaretti. Rusya ve Avusturya'nın başını çektiği azınlıklar üzerinden politik manevralara yönelik olarak Babıâli bu sefer daha büyük bir adım atarak 12 Aralık 1875'te imparatorluğun tüm sınırlarını kapsayan yeni bir ıslahat fermanı çıkarmıştır. Bağımsız mahkemelerden emniyet uygulamalarına, bedelli askerlik tanımından azınlık köylülerinin toprak satın alabilmesine değin üst perdeden adımlar atılmıştı. Bu gelişmeler sonrasında Avusturya Macaristan Dışişleri Bakanı Kont Gyula Andráši (Andrassy) Viyana, Berlin ve St. Petersburg'un beş maddelik ortak notasını ilettili. Osmanlı İmparatorluğu toprak bütünlüğünü korumak için egemenlik haklarından taviz vererek olumlu tavrını korudu. Ancak beşinci madde olan “*bölgeden toplanacak vergilerin yine o bölgenin ihtiyaçları için sarf edilebilir*” talebi dışındakileri kabul etti. İngiltere ve Fransa'da bu notaya onay verdi. Balkan asileri bu notaya da yanaşmazken aslında temel sorunun haklar olmayıp bağımsızlık olduğu sinyalinin vermiş oldu. Ancak mesele bu merhalelerle kabuğunu çatlatarak uluslararasılaşmış oldu. Ancak Balkanlarda gerginliğin azalması şöyle dursun tam tersi istikamette giderek tırmanmaktaydı. 7 Mayıs 1876'da Selanik'te Fransız ve Alman konsolosların öldürülmesinden sonra Bulgaristan'da da kanlı olaylar patlak vermişti. Öte yandan Mustafa Celâleddin Paşa'nın Karadağ'da şehit edilmesi Balkanları alevlendirmeye yetti. Böylesi hengameli bir ortamı uzun zamandır bekleyen Rus Slavofil çevreler Ayasofya'nın minarelerinin yıktırılarak çan taktırılmasını, İstanbul'un işgal edilerek *Tsargorod* adıyla hâkimiyet kurulmasını ve Bizans'ın yeniden canlandırılmasını düşünüyorlardı. Rusya bu krizden bir fırsat elde etmek adına 13 Mayıs 1876'de Berlin Memorandumunu devreye aldı. 30 Mayıs'ta Babıâli'ye iletilmesi gereken tartışmalı memorandum 29 Mayıs'ı 30 Mayıs'a bağlayan gece Osmanlı Sultanı Abdülaziz'in bileklerinin kesilerek öldürülmesinin ardından bölgedeki asker ve Müslümanların can güvenliğini korumak adına zorunlu olarak kapsamlı askeri önlemler aldı. İki yüz bin kişilik seçkin bir ordusunu insani güvenliği sağlamak üzere bölgeye yolladı. Osman Paşa gibi deneyimli bir komutanını bu ordunun başına geçirdi. Ayrıntılı bilgi için bkz; *İstoriya XIX Veka*, Pod redaktsem professorov Lavissa i Rambo, (Perevod s Frantsuzskogo) T.7, Gosudarstvennoe Sotsialno-Ekonomičeskoe İzdatelstvo, Moskva 1937, s. 348-351.

Balkan diplomasisi sonuç vermemişti. Diplomatik başarısızlığın temel nedeni Slav asilerinin bitmek bilmeyen taleplerinden ve onları kışkırtarak ortaya çıkan anarşiden jeostratejik kazanımlar elde etmek isteyen Rusların gizli niyetlerinden kaynaklanmaktaydı. Temel hak ve hürriyetleri bahane eden Balkan Ortodokslarının asıl arzusu tartışma götürmeksizin bağımsızlık elde etmektir. Bu yüzden ki Babıâli'nin azınlıklara verdiği hak ve imkânlar kaosu engelleyemedi. Askeri ve ekonomik hazırlıkları yetersiz olmasına rağmen 12 Nisan 1877'de Rus Çar'ı II. Aleksandr tarafından imzalanan manifesto ile Türklerle iki cephede savaşa girildi.

Savaş ilanı, tüm Rus halkı tarafından benzeri görülmemiş bir coşkuyla karşılandı. Rus hekimleri de ortaya çıkan atmosferden etkilenerek özel bir hizmete giriştiler. Kızılhaç'ın hekimleri, gönüllü kadınları ile Rusya'nın birçok şehrinden dernek ve manastırlardan gelen kadınlar sağlık hizmetinde bulunmak için hemen yola koyuldular. İvedilikle hastaneler ve revirler düzenlemeye, trenlere ve gemilere²⁷ ambülans vagon eklettirmeye ve sıhhi müfrezeler oluşturmaya başladılar. Toplamda, yaklaşık 1.600 doktor ve yaklaşık 3.000 hemşire Tuna Ordusu saflarına katıldı. İlk kez 7.800 hamal da hasta ve yaralı taşımak ya da ölenlere mezar kazmak için savaşta yerini aldı. Kızılhaç'a mensup kadınlar Novgorod, Perm, Vyatsk, Pskov, Moskova ve St. Petersburg'dan Çernomorsk limanına ve Kışinevoyaskiy Bölgesine oradan da Romanya ve Bulgaristan istikametine doğru yola revan oldular. Tuna Nehri'nin etrafındaki alanlara ilk intikal edenler Krestovozdijenskaya ve Georgievskaya Kızılhaç Toplulukları olmuştur. Bu toplulukların kadınlarının bir kısmı da Piatre'de bırakılmıştır. Troitskaya, ve Utoli Moya Peçali Kızılhaç topluluklarının kadınları ise Romanya'daki hastaneler başta olmak üzere Braşov, Bükreş, Galetse ve Buzau'ya yerleştirilmişlerdir. Blagoveşenskoy Kızılhaç Topluluklarının kadınları ise Yaş ve Zimnitsa'daki hastane ve revirlerde görevlendirilmişlerdir. İçlerinden bazıları daha sonra Edirne, Filibe, Çorlu, Florya, Çatalca, Kırkkilise, Demirtaş, Yeşilköy ve hatta İstanbul'da görev almıştır. Ordu hareket ettikçe Kızılhaç mensupları da orduyla beraber hareket ederek bu şekilde Balkanların farklı yerleşim yerlerinde ve askeri noktalarında görev almışlardır.²⁸ Sağlık

²⁷ 1877-1878 Türk-Rus Savaşında Karadeniz'deki Rus gemileri yaralı ve hasta asker taşımışlardır.

²⁸ Türk-Rus savaşının başlamasından önce, Çar II. Aleksandr yönetiminde toplantılar yapıldı. Bu toplantı sonucunda Kızılhaç toplulukları arasında etkileşim sorunlarının çözüme kavuşması, sağlık bütçesinin oluşturulması, askeri sağlık biriminin ve Kızılhaç revir organizasyonlarının şartlarının iyileştirilmesi, yeterli araç temini, hayır işlerine yardım, yaralı ve hasta askerlerin beslenme durumu gibi konular karara bağlandı. 1877-1878 Türk-Rus Savaşı yaralıları tıbbi bakım sağlamak için ilk kez kadın doktorları cezbedi. Bu savaşa katılanlar 1872'de İmparatorluk altında açılan Yüksek Kadın Tıp Kurslarının ilk mezunlarıydı. Askeri tıp müfettişi V.I. Priselkov, çabaları sayesinde gönüllü öğrencilere final sınavlarına kadar cephelerde yaralıları hizmet için izin verilmesine karar verildi. Mayıs 1877'nin sonunda Tuna ordusuna ilk lisansüstü öğrenci grubu gönderildi. Anna Novospasskaya, Pavel Bistraumova, Glafira Moravskaya ve Evgenia Markova'nın da aralarında bulunduğu 40 kursiyer doktor olarak orduya gönderildi. P.A. Ilinskiy, *Russkaya jensina v voynu*

görevlilerine savaşın cereyan ettiği bölgelerde hizmet edebilmelerine dair hizmet sertifikaları verildi.²⁹ Rusya'nın içlerinde de daha fazla kadın sağlık personeli yetiştirmek için kontenjanlar artırıldı. Çarlık Rusya Askeri Tıp Başmüfettişliğinin raporu doğrultusunda 8 Nisan 1877'de alınan kararla Kızılhaç kadınlarının her birinin 50 hastaya bakacak şekilde daimî ya da geçici hastanelerde görev yapması sağlanmalıydı. Yine Kızılhaç'ta görevli kadınlara ihtiyaçlarını karşılamak üzere Savunma Bakanlığı'nın 1873 Kararnamesinin 80 numaralı kararına göre aylık 30 ruble bütçeden ödeme yapılması gerekiyordu. 8 Haziran 1874'te alınan kararla ise Kızılhaç kadınlarının hastanelerde geceleyecek yeri olmadığı takdirde her iki kadına bir subay maaşı kadar bütçeden ödenek tahsis edilerek ev kiralamalarına imkân verilecekti. Bir başka husus da Kızılhaç'a sağlık eğitimi olmayan gönüllüler, manastırdan gelenler ve bakıcılar dâhil edilmeyecekti.³⁰

Kızılhaç faaliyetlerinin süreklilik arz edebilmesi ve de standartlara uygun ilerleyebilmesi adına Çarlığın farklı şehirlerinden kayda değer destekler sağlanmıştı. St. Petersburg'da Knyagina³¹ Aleksandra Losifovna, Aleksandra Petrovna, Mariya Pavlovna, Yekaterina Mihailovna, Yevgeniya Maksimilianovna ve Prenses Oldenburgskaya'nın başını çektiği Hususi Kadınlar Komitesi üstün bir gayretle bu işleri organize etmişlerdir. 1 Şubat 1878'e gelindiğinde bu komitenin 81 şubesi bulunuyordu. Bunlardan 9'u Petersburg'da, 3'ü Moskova'da ve 2'si Varşova'daydı. Her bir şehirde Kızılhaç'ın himayesinde tedavi görenler için çarşaf, gıda, temizlik malzemesi, ilaç gibi temel ihtiyaçların muhafaza edildiği depolar tahsis edilmişti. St. Petersburg'daki depolardan Baron Radden sorumluydu ve 120 kadın bu depoda görev yapıyordu. Moskova'daki depodan ise M.İ. Durnov, Harkov'da Knyaz Krapotkin, Kişinev'de Baron Pritvitse ve Bükreş'te kurdukları depodan da L.A. Demidov sorumluydu. Sadece Çarlık başkentinden 50 bin pud³² farklı eşya cepheye gönderilmişti.³³

Harbin bu kadar şiddetli geçtiği³⁴ bir ortamda sağlık hizmetlerine olan ihtiyaç oldukça fazlaydı. 67 yaşında olan dünyaca ünlü cerrah Nikolay İvanoviç Pirogov,

1877-1878 g. *Oçerk deyatelnosti sester miloserdıya, feldşerits i jensin-vraçey*, Tipo-litografiya P.İ. Şmidta, Sankt-Peterburg 1879, ss.32-33.

²⁹ TsGIA, SPb, Fon 392, Op.1, D.35.

³⁰ P.A. Ilinskiy, *a.g.e.*, s. 39.

³¹ Çarlık Rusya ilgili yazılan bazı telif ve tercübe eserlerde "knyagina"lar yerine "prensesh" ünvanları kullanılmaktadır. Bu tür tanımlamalar doğru değildir. Ancak prensesh tanımı Rusya'da yaşayan Batı asıllı soylu kadınlar için kullanılabilir.

³² O dönem Çarlık Rusya'da kullanılan bir ağırlık birimiydi ve 1 pud 16 kg'ya eşitti.

³³ P.A. Ilinskiy, *a.g.e.*, s. 43-44.

³⁴ Tuna nehri ve etrafındaki kaleler savaşın kaderini etkileyecek seviyede kritik öneme sahipti. Tuna hattının yarılmaması İstanbul'un kapılarını açacağı için Osmanlı Ordusu Rusçuk, Şumla, Varna ve Silistre'deki kalelerini güçlü topçu birlikleriyle donatarak Avrupa Yarımadasının en iyileri haline getirmişlerdi. Nitekim Tuna kıyılarında Rus ordusu büyük kayıplar vererek savaşa başlamıştı. 26-27 Haziran 1877'de Tuna'nın güney kıyısında yer alan Zimnitse çatışmaların gece gündür yoğunlaştığı yerlerin başında geliyordu. Haliyle

geçici olarak tıbbi hizmetten sorumlu tutulmuştu. Doktor Pirogov sadece yaralıları muayene edip ameliyat etmekle kalmadı, aynı zamanda savaş bölgelerindeki askeri hastaneleri organize etti. Bulgaristan'da geçirdiği üç ay boyunca 700 km yol yaparak 13 askeri sahra hastanesinden 10'unu ziyaret etti. İdealist hekim 600 operasyon gerçekleştirerek ağır yaralı yüzlerce Rus ve Bulgar'ın hayatını kurtardı ve Rusya'ya döndüğünde “*Orduda katıldığım savaşların hiçbirinde Bulgaristan'daki kadar entelektüel ve bilimsel bir sermaye yoktu.*” sözlerini sarf etti. Pirogov gibi bir başka önemli hekim ise N.İ Kozlov idi. Doktor Pirogov'un yanında, beyaz önlüklü ordunun saflarında yer alarak modern bilimsel hijyenin yaratıcısı lakabını edinen Fedor Fedoroviç Erisman vardı. Pirogov'un öğrencisi ve Çar II. Aleksandr'ın özel hekimi Sergey Petroviç Botkin gibi Rus tıbbının önde gelen temsilcileri de cephedeki Kızılhaç müfrezelerine intikal etmişti. Cerrah Nikolay Vasilyeviç Sklifosovskiy'nin yanı sıra 300'den fazla profesör, doçent ve Rusya'daki büyük üniversite kliniklerinin asistanları savaşa katılmıştı. Savaş alanında ateşli silah yaralarını ve hastalıkları tedavi etmek için en son yöntemlerle donanmış olarak bulundular. O dönemin yaralılarından kaynaklı en düşük ölüm oranı olan %10,8 başarısını yakaladılar. Bulgaristan'da Rus doktorlar yeni tedavi yöntemleri uyguladılar. Prof. Dr. S.P. Kolomnin, dünyada savaş alanında yaralıları intra-arteriyel kan transfüzyonu uygulayan ilk kişi olarak tarihe geçti. Rusya'da kamusal hijyenin öncüsü Fyodor Fyodoroviç Erisman³⁵, bulaşıcı hastaların dezenfeksiyonu ve zorunlu izolasyonu için bir sistem geliştirdi. Prof. Sergey Petroviç P. Botkin³⁶, bilimsel çevrelerce

etrafındaki Kızılhaç müfrezeleri de canhıraş bir vaziyette yaralıları hayata bağlamak için uğraşıyordu. Vidin, Rahova, Nikopol, Rusçuk, Jurjev, Oltenitsa ve Silistre devamlı Türk güçleriyle desteklendiğinden ötürü Rus General Mihail İvanoviç Dragomirov'un atak karşılık boşa çıkıyordu. General Skobelev'in bölgeye intikal etmesiyle stratejide de bazı değişikliklere gidildi. General Fyodor Fyodoroviç Radetsky'nin başında bulunduğu 25 bin kişilik Rus Ordusuna Eşref Paşa karşılık veriyordu. Bir diğer stratejik yer ise Şipka'ydı. Yüksek kayalıklar üzerinde sürdürülen savaşta 5 Temmuz'da General Gurko'ya karşı Süleyman Paşa mücadele etmekteydi. Rus tarafı yıpranan birliklerini Valin Alaylarıyla destekliyordu. 6 hafta süren zorlu mücadelelerde Rus tarafı büyük kayıplar vererek bölgeyi ele geçiremedi. Üstelik General M. İ. Dragomirov hayatını kaybetti. 5 Eylül'de gece saat 03.00'da Kartal Yuvası mevkiine doğru harekete geçen Rus tarafı bu sefer istediğini elde etti. Şipka'dan sonra bir başka stratejik nokta Lovça idi. Lovça alınmadan Plevne için savaşmanın anlamsız olduğunu idrak etmek için pek çok askerini kaybetti. Lovça pozisyon itibarıyla Plevne'yi ablukaya alacak bir konumdaydı. Buranın General Gurko tarafından ele geçirilmesinden sonra Plevne için mücadeleye girildi. Osman Paşa tarihte az görünen bir stratejiyle üst düzey bir savunma savaşı verdi ancak gazi olarak teslim olmak zorunda kaldı. 5 Eylül'den 24 Aralık tarihine kadar Rus tarafı 700.000 askerini kaybetti. Bunlar arasında 10.000'i kiş şartlarından kaynaklı donarak ölümlerdi. Plevne'nin ele geçirilmesinden sonra Ruslara İstanbul yolu açılmış oldu. Ayrıntılı bilgi için bkz; General Ştaba Polkovnika Yemmareva, *Russko-Turetskiy Pohod 1877-1878 gg. Ataka ukreplennogo lagerya pod Plevnoy 21-31 avgusta 7-12.9.1877 goda (3-ya Plevna)*, Tip İzdaniya; Knjinoe Izdanie, Sankt-Peterburg 1898.

³⁵ Rusya'da tıbbın sosyo-hijyeninin öncüsüdür. Çarlık Rusya Merkez Ordusunun daveti üzerine 1877-78 yıllarında Balkan Cephesinde ordunun dezenfeksiyon denetimini gerçekleştirdi. F. F. Erisman hakkında ayrıntılı bilgi edinmek için bkz; <https://www.erisman.ru/erisman/> (24.5.2022)

³⁶ Bulgaristan'dan S.P. Botkin'in (1877) eşi Ye.A. Botkina'ya yazdığı mektuplar, 1892'de *Vestnik Evropi* dergisinde seyahat günlüğü ile 1893'te de ayrı bir kitap olarak neşredildi. Yayın için, özel nitelikteki materyal müstakbel eşi Ye.A. Botkina tarafından kısaltılmıştır. 55 adet mektupta Türk-Rus savaşında Rusya tarafında yaşanan sağlık sorunları ile Kızılhaç Kadınlarının sivil hizmetlerdeki rolünden bahseder. S. P. Botkin'in

“Botkin hastalığı” olarak adlandırılan ve sıtma önleyici ajan olarak kinin kullanan bulaşıcı sarılığı burada keşfetti. Bulgaristan’da Rus doktorlar savaşta yaralı askerlere antiseptik pansuman yapmaya başladı.³⁷ Pirogov kemik kırılmaları için tıpkı 1853-56 Kırım Harbinde olduğu gibi alçı yöntemini uyguladı.³⁸ Pirogov bu çabalar yanında özellikle Kızılhaç’a mensup kadınların cephelerde görev almasını hararetle destekledi. Kadınların cephedeki vazifelerindeki rolünü ulaşabildiği çevrelere aktardı ve bu durum kadınların bu tür faaliyetlerde daha aktif bir şekilde görev almasındaki tereddütlerin önüne geçti. Yine Rus Kızılhaç’ın faaliyetlerinin dünyaya aktarılmasında cephede görevli G. G. Girs, Gradovskiy, Demçinskiy, Mac Gahan, Maksimov, Nemiroviç-Dançenko ve Utin gibi Rus ve diğer milletlerden gazetecilerin payı oldukça büyüktür. Bu kalemşörler Çarlık Rusya’nın sağlık hizmetlerinden övgüyle yazılarında bahsettiler.³⁹ Gazeteci Utin, *Vestnik Evropa*’da “Her şey Kesin!” başlıklı yazısında Kızılhaç kadınları hakkında “*Bitmek bilmez bir enerjiye sahip, sevgi dolu, özverili ve bunlardan da öte en ağır işler için kendisini feda etmiş kadınlar adeta hastanenin ruhuydu. Hastaların yataklarını temizliyor, ameliyatlara katılıp yaralıların kangrene dönüşmek üzere olan organlarını kesiyor, yemeklerini hazırlıyor, gece gündüz hasta ve yararlıların bakımını yapıyorlardı. Cehenneme dönen cepheden kan revan içinde gelen yaralılara ilk*

mektuplarında, öne çıkan doktorların ve profesörlerin çalışmaları hakkında açıklamalar oldukça yaygındır. Petersburg’daki Mediko-Cerrahi Akademisi’nden tanıdığı birçok doktordan bahseder. Mektuplarından birinde; “*Sklifosovsky, alçı bandajların uygulanmasıyla oldukça meşgul. Bununla birlikte, onun ve yardımcısının hakkını tam olarak ödeyemeyiz: 27 Ağustos’tan 3 Eylül’e kadar birkaç gün içinde Sistovo’da (Zıştovi) yaklaşık 6 bin yaralıyı serbest bıraktılar ve hala 2.500 kişi orada kaldı. Bir hastanenin malzeme personeline bu tür işlerin yığılması, yönetimin rezilliği ve aymazlığıdır*” der. S. P. Botkin’in hastalıkların seyrine ilişkin ince ve yerinde açıklamaları, doktorun engin bilgisini, yaralılara olan ilgisini, önemsiz gerçeklerden önemli sonuçlar çıkarma yeteneğini ve eleştiri cesaretini gösterir. Burada hasta ve yaralıların tedavisi ile ilgili çok çeşitli konularda birçok yargı bulunmaktadır. Mektuplar, elbette, S. P. Botkin’in savaşta tüm faaliyetlerini ya da askeri sağlık hizmetindeki görevleriyle ilgili tüm görüşlerini yansıtmıyor. Tüm bunlara rağmen, büyük klinisyenin düşünceleri, endişeleri, insanları değerlendirmesi hakkında fikir veren önemli, orijinal bir belge niteliğindedir. 55 Mektubun orijinali Moskova’da yer alan N. A. Semaşko Halk Sağlığı Kurumu ve Sosyal Hijyen Enstitüsünde muhafaza edilmektedir. Ayrıntılı bilgi için bkz; ***Pisma S. P. Botkina iz Bolgarii 1877 g. S dvumya portretami avtora i vidom bolgarskoy hatı***, Sankt-Peterburg, Tipografiya M. M. Stasluyeviča, 1893.

³⁷ Dünyada ilk kez savaş meydanında eter anesteziyiyle ameliyatı Dr. Pirogov yapmıştır. Eter Anestezi sayesinde Rusya’da askerler arasında yaralanmalardan kaynaklı ızdırıp şokundan ölüm oranı %90’lardan %25’lere gerilemiştir. 1868 yılında Rusya’da antiseptik olarak yaralı askerler üzerinde iyot dışında karbolik asitler kullanılmaya başlandı. Bu durum üzerinde Fransız bilim adamı Lui Paster’in kullandığı pasterizasyon çalışmaları etkilileyici olmuştur. Bu gelişmeler Rusya’da farklı antiseptiklerin kullanılmasının önünü açmıştır. İngiliz Doktor Josef Lister’de karbolik asitler üzerinde çalışmıştır. St. Petersburg Tıp Cerrahi Akademisinden Pyotr Pelehin bu konu üzerinde yoğun çalışmalar gerçekleştirmiştir.

³⁸ 1853’te Kırım Savaşı başladığında ünlü Rus hekim Nikolay İvanoviç Pirogov Sivastopol’a gitmeyi vatandaşlık görevi olarak gördü. Aktif olarak orduya atandı. Yaralılar üzerinde ameliyat yaparken, ilk kez kemik kırıklarına ıhlamur ağacından kesilen tahtalar yerine alçıya alarak askerlerin yaralı uzuvlarının eğri bir şekilde iyileşmesinin önüne geçmiştir. Pirogov dünyada ilk kez yaralı askerleri ağır yaralıdan hafif yaralıya beş kategoriye ayırmıştır. Ayrıntılı bilgi için bkz; Nikolay İ. Pirogov, ***But Hirurgom Zapiski Starogo Vrača***, İzd. Algoritm, Moskva 2022.

³⁹ P.A. Ilinskiy, ***a.g.e.***, s. 48.

müdahaleyi doktorlarla birlikte gerçekleştiriyorlardı. Kadınların bulundukları revir ve hastane odaları tertemizdi. Kızılhaç kadınları cephede öylesine gerekli ve öylesine önemli işler yapıyorlardı ki bu son savaştaki katkılarıyla kadınların faaliyetlerini kısıtlamaya yönelik tüm eğilimler ortadan kalkmış olmalıydı. Bu arada cephede kadınların “tarz” olarak nasıl davrandıklarını öğrenmek faydalı olacaktır. Şayet böylesi bir takip yapılsaydı, şüphesiz Merhamet Kız Kardeşlerinin davranışları ve tüm faaliyetleri lehinde muhteşem sonuçlar ortaya çıkacaktı... Rusya’da bu kadınların kurs ve üniversitelerde okutulmasını gereksiz ve anlamsız bulmama cephedeki yararlılık ve içlerindeki vatan aşkını gördükçe pişman oluyorum.” sözleriyle bir taraftan Kızılhaç kadınları ve faaliyetleri hakkında Rus kamuoyunu bilgilendirirken diğer taraftan da onların toplumda rahat bir sosyal pozisyona erişmesi için geleneksel algıyı değiştirmeye çalışıyordu. Türk-Rus savaşının cephelerinde yaşananlar o dönemin yazarları tarafından cehenneme benzetildi: “Akarsulardan kan akıyor, tıpkı keten kırmızı maddeden dikilmiş gibi; doktorlar kan ve hastalar alçı içinde. Hastalar inim inim inliyor ve bir yudum içmek istiyor... Çoğu zaman, doktorlar düşman ateşi altında yaralıları yetiştirmek zorunda ve günlerce hastaneden ayrılmıyorlar. Hem kendilerinin hem de başkalarının hayatını kurtardılar, çünkü onlar için bir kişinin hayatı canından daha kıymetliydi.”⁴⁰

Zimnitse ve Frateşti ile özellikle ağustos ayında Şipka’da yapılan mücadelelerde yaralı asker sayısı oldukça fazlaydı. Kızılhaç kadınlarından Sofia Aleksandrovna Engelgard, Olga Nikolayevna Yuhantseva, Aleksandra Aleksandrovna Teplyakova ve Şipka mücadelesinin ünlü Rus Generali Dunanin’in eşi bir günde yaklaşık 3000 yaralı askere bakıyorlardı.⁴¹ Şipka’da savaş alevlendikçe Kızılhaç müfrezelerinin personelleri kurşunların hedefi haline gelmeye başlamışlardı. Ancak bunlardan da öte gerek ordu gerekse de Kızılhaç mensupları için en büyük tehlike tifüs salgını idi. Tifüse yakalananlar iki gün karantinada bırakılıyor fakat ateşi düşürülemeyen hastalar iki hafta içinde hayata gözlerini yumuyorlardı. Onları mezarlarına defnedenler enfekte olarak aynı kaderi paylaşıyorlardı. Her gün yaklaşık 180 vakaya rastlanıyordu. Böylesi bir ortamda enfekte olmamak mümkün değildi. General Skobelev’in Plevne hattını yaramaması sonrası Kazanlık’ta kadınlar manastırı hastaneye çevrilmişti. Kızılhaç mensupları, elini kıpırdatamayan, kafasını kaldıramayan ve de kanamalı yaralarla inleyen yaralı askerlere yemeklerinden temizliklerine kadar yaşaması için sabırla ve itinayla bakıyorlardı. Rus doktorların yanı sıra Bulgar doktorlar ve Rumen tıp akademilerinden mezun olan uzmanların birçoğu Bulgar isyancılarla

⁴⁰ A.g.e., s. 48-49.

⁴¹ A.g.e., s. 50-51.

birlikte Rus ordusunun saflarındaydı. Bu sağlık ekiplerinden bir kısmı da Türklerden ele geçirilen yerleşim yerlerinde hastaneler ya da revirler kuruyordu. 800 askerin zor kış şartlarından kurtarılmasında başarı gösteren Konstantin Bonev, Sava Mirkov ve Konstantin Vezenkov gibi milis doktorlar Rus İmparatorluğu'nun çeşitli derecelerinde "Aziz Georgiy Haçı" gibi nişanların sahibi oldular. Savaş sırasında Rusya'dan gönderilen bu hekimlerle Bulgar askeri sağlık hizmetinin temelleri de bir nevi atılmış oldu. Bu savaş Ruslarla Balkanların Slav halklarının hissi bağını güçlendirdi. Dayanımları savaşın zor günlerinde giderek arttı. Birçok Bulgar, yük arabalarına yaralıları yükledi ve onları Rus birliklerinin revirlerine nakletti. Kotel şehrinin sakinlerine 2 ay boyunca yerel bir revirde bakım yapıldı ve yaklaşık 1.000 Bulgar yaralının Şipka'dan tahliyesi sürdü. Kışın, ülkenin dört bir yanından yaralı ve hastaların getirildiği Tuna şehri Zıştovi (Sviştov), devasa bir hastaneyi andırıyordu. Bu Bulgar kasabasındaki 50 eve yaklaşık 3.000 yaralı getirildi. Savaşın ilk aylarından itibaren Nikopol, Tırnovo ve diğer Bulgar yerleşim yerlerinden yüzlerce Bulgar sağlık hizmetlerinin yardımına geldi. Bölgede yer alan camiler de hastanelere dönüştürüldü. Yaklaşık üç bin Rus kadın evlerini terk ederek Rus ordusuna hemşire veya doktor olarak eşlik etti. Hekimlerden bir kısmı savaş alanlarına yakın hastanelerde tıfıslı hastalar için kamplarda çalıştılar. Savaş sonrası aktarılan genel verilere göre, revir ve geçici hastanelerden bir milyondan fazla yaralı ve hasta hizmet gördü. Kızılhaç'ta görevli kadınlar, özellikle savaşın ikinci yarısında daha zor günler geçirdiler. Salgın hastalıkların yayılım hızı kurşundan daha tehlikeli hale gelmişti. Bu dönemde orduda veba, kolera, dizanteri ve tifo baş göstermiş ve yerel halka da sıçramıştı. Bu savaşta 90'dan fazla hemşire tifüse yakalandı ve 50'si sonsuza kadar Bulgar topraklarında kaldı. Bunların arasında Turgenev, Sologub, Vereşagin ve Ayvazovskiy gibi dönemin ünlü yazar ve ressamlarının takdirini, Bulgarların sevgisini kazanmış olan Yulia Petrovna Vrevskaya vardır.⁴² Cehenneme dönen savaş

⁴² Türk-Rus savaşı başladığında, Yulia P. Vrevskaya aceleyle bir hemşirelik kursunu tamamladı ve masrafları kendisine ait olmak üzere küçük bir sıhhi kadın müfrezesine katıldı. Önce Yaş'ta bir hastanede, ardından Bulgaristan'da Byala'da başka bir hastanede çalıştı. Burada, diğer kadınlarla omuz omuza sağlık hizmetinde bulundu. Yaralıları taşımak, onlara pansuman yapıp hastaları beslemek, doktorların reçetelerini hazırlamak gibi görevleri de oldu. Günlüğünde "... Kalmuk çadırlarında ve kulübelerinde hastalar yatıyor; yaralıları çok acı çekiyor ve genellikle ameliyatlara var. Son zamanlarda, birinin tüm dişleriyle birlikte tüm üst çenesi alındı. Akşam 7'ye kadar hastaları besler, pansuman yapıp bir şeyler okurum. Sonra bir at arabası bizim için gelir ve biz 5 kız kardeşi alır. Odama dönüyorum ya da akşam yemeği için kız kardeşlerime gidiyorum; Kızıl Haç'ta akşam yemeği lüks değil: tavuk ve patates - bunların hepsi neredeyse tabaksız, katıksız ve bardaksız." sözleriyle sıradan bir gününü özetliyordu. Enfekte olmuş barakalarda ağır yaralıları bakan Yulia P. Vrevskaya, 17 Ocak'ta şiddetli bir tıfus hastalığına yakalandı. Ağrıları iki hafta sürdü ve bu süre zarfında enfeksiyon korkusu nedeniyle tek bir doktor dahi ona yaklaşmadı. Ona sadece yakın zamanda kendisinin yardım ettiği yaralıları bakıyordu. 5 Şubat 1878'de donmuş toprağa bir mezar kazdılar, tabutunu da taşıdılar. Vrevskaya, Byala'daki Ortodoks kilisesine yakın bir yere gömüldü. Bulgaristan'a anıtı dikildi ve 1977 yılında yani savaşın 100. yıl dönümünde Bulgar-SSCB ortak yakımı Yulia Vrevskaya adlı bir filmle sinemalarda gösterime sunuldu. Dünyaca ünlü Rus yazar İvan Sergeyeviç Turgenyev, *Povesti i Razskazı* isimli eserinde Yulia P. Vrevskaya'nın

meydanlarından sağ dönebilen Kızılhaç görevlileri topluma örnek olması ve hizmetlerinden ötürü ödüllendirildiler.⁴³

Balkanlar'daki Rus-Türk savaşı sırasında, hasta ve yaralıların tahliyesi için ilk kez demiryolu taşımacılığı kullanıldı. Ulaşımındaki bu kolaylık tüm askeri sağlık hizmetinin yeniden yapılandırılmasına yol açtı. Bu savaş sırasında Yaralı ve Hasta Asker Bakım Derneği'nin yardımıyla Tuna Ordusu'ndan 14 askeri hastane treni ile başlayan sağlık faaliyeti 23 trene çıkarıldı. Ayrıca yaralı ve hastaların %60'ı yük ve yolcu vagonlarından oluşan düzenli medikal trenlerle taşınıyordu. Romanya ve Osmanlı İmparatorluğu'na ait tren yolları da kullanıldı. S.P. Dolgorukova, L.N. Soloyeva ve A.M. Biblikova trenlerle yaralı ve hasta askerlerin taşınmasından sorumluydu. Bazen trenlerle yolculuk üç günü buluyordu. Romanya sınırına gelen trenlerdeki yaralıları Blagoveşenskiy Kızılhaç'ından sağlık personelleri karşılıyordu. Zimnitsa ile Frateşti arasındaki 227 km'lik mesafede hasta ve yaralı taşıyan medikal trenlerin vagonlarında özellikle Eylül-Ekim 1877'de muazzam sayıda insan vardı. Üstelik erken bastıran kış hasta ve yaralı naklinde tüm işleri bir kat daha zorlaştırıyordu. Bulgaristan'dan Romanya'ya oradan da Rusya'ya trenler yaralıların taşınmasında anahtar önemde rol oynuyordu.⁴⁴ Aralık 1877'de yaralıların trenlerde nakline katılan ünlü Rus şair Afanasy Fet şunları yazdı: *“O zamanlar Moskova-Kursk demiryolumuz mobil bir kampa benziyordu. Tren Garı, cephelerden getirilen hasta, yaralı ve savaş esirleriyle doluydu...”*⁴⁵

Yaş, Frateşti ve Edirne gibi tahliye noktaları olduğu gibi Yeşilköy, Burgaz, Rusçuk, Jurjev ve Reni'de de tahliye istasyonları vardı. Tahliye noktalarında artık tıbbi yardımdan çok sıhhi bakım söz konusuydu. Örneğin çarşafaları ve kıyafetleri değiştirmek, yaralılara yolculuk için ihtiyaç duydukları şeyleri sağlamak ve genellikle nakledilen hastaları sakinleştirmek bu bakımlar arasında sayılabilir. Savaş boyunca sadece Tuna kıyılarından trenlerle intikal ettirilen yaralı ve hasta asker sayısı 150 bin civarındaydı. Bu rakam bile Çarlık Rusya Kızılhaç sağlık personellerinin nasıl yoğun bir şekilde çalıştığını tahayyül ettirebilmektedir. Sadece Yeşilköy civarında 81 hastanede yaralı ve hastalara hizmet verilmiştir.

ölümüne duyduğu hüzne yer vermiştir. İvan Sergeyeviç Turgenyev, “Pamyati Yu. P. Vrevskoy”, *Povesti i Razskazi*, (özel basım / basım yeri ve yayınevi eserde yazmamaktadır) ss.379-380, 1897.

⁴³ Yaroslav Kadın Okulundan Kızılhaç personeli Ye.A. Rozova'nın mertlik sertifikası için bkz; *TsGIA SPb*, f.392, op.1, d.47 ; Şefaat Topluluğundan M.İ. Radugina'nın kusursuz hizmeti için ödül sertifikası için bkz; *TsGIA SPb*, f.392, op.1, d.46; Doktor L.İ. Sokolovsky, F. Golm, F. Kubli, V. Raev ve V. Horvath'ın hizmet sertifikaları için bkz; *TsGIA SPb*, f.392, op.1, d.49; Başhekim N.İ. Toporov'un hizmet sertifikası için bkz; *TsGIA SPb*, f.392, op.1, d.54.

⁴⁴ P.A. Ilinskiy, *a.g.e.*, s. 60-61.

⁴⁵ <https://arzamas.academy/materials/915> kak leçit soldata, erişim tarihi 27.5.2022

Yaş'ta Troitskaya Kızılhaç Topluluğu ile Frateşti'de ise Ernst ve Kovrayskaya Kızılhaç Toplulukları yaralı ve hastalara sağlık hizmeti sunmuştur.⁴⁶

1877 Sonbaharında Kızılhaç'ta görev yapan bir kadın günlüğüne şu şekilde yazıyordu: “Nemli, kirli, kara toprak çizmelerini güçlükle çıkarırken yapışkan bir çamura dönüşüyordu. Hastaneye yaklaşmak için birkaç sebep vardı. Ulaşım kilometrelerce uzuyordu, kimileri çamura saplanıyordu, kimileri karanlıkta kayboluyordu, kimileri de hendeğe düşüyordu. General Gurko'nun Balkanlardaki müfrezelerinden yaralı ve hasta askerler sekiz gün boyunca ıssız bölgelerden intikal ediyorlardı. Kızılhaç kadınları yaralıların kirli ve yırtık kıyafetlerini temizleriyle değiştiriyorlardı. Aralarında dizanteri ve tifüslü olanlar da vardı. Şişen ve kangren olmuş ayaklarını hiçbir kapris göstermeden nereye koyacağını bilemiyorlardı. Tüm bu başa gelen zorluklar büyük bir minnetle Kızılhaç kadınlarınca kabul ediliyordu.”⁴⁷ Gerçekten de tifüs savaş esnasında Yaş ve Frateşti'de ortaya çıkıp salgına dönüşerek tüm cepheye yayılmıştır.⁴⁸ Bogota'dan Zıştovi'ye (Sviştov) Poradima'dan Bulgaremi'ye Kasım 1877'de göz gözü görmeyen sis soğuk havada işleri daha da güçleştirmişti. Göz gözü görmeyen karanlıkta doktor ve hemşireler ellerinde fenerleriyle ile dolaşmaktaydılar. Zimnitse'den Frateşti'ye gelen 1.000 kadar Gornyyago-Dubnyak'ın yaralı muhafızlarına da sağlık hizmeti sunulmuştu.

Kızılhaç savaşta yaralananların acısını dindirmek için tıpkı diğer ordularda olduğu gibi kokain kullanılmaktaydı. Arsenik, civa klorür, amfetamin, afyon morfini, iyotta kullanılan ürünler arasındaydı. Antiseptikler Almanya'dan getiriliyordu. Dresden Alman Geye ilaç firması ile Darmstadt'tan Merk ilaç şirketleri tarafından üretiliyordu. Rusya'da üretilen ilaçların hammaddesinin neredeyse yarısı Almanya'dan karşılanıyordu. Birinci Dünya Savaşı'na kadar Rusya'nın ilaç ithalatı %60 civarındaydı. 1915-16 yıllarında ilaçların neredeyse tamamını Rusya kendi üretmeye başlamıştı.⁴⁹

Sonuç

XIX. asır Avrupa özelinde özgün bilimsel çalışmaların, teknolojik gelişmelerin ve dolayısıyla toplumsal dönüşümlerin yaşandığı yıllardan ibaretti. Bir yandan 1789 Fransız İhtilali sonrası peydahlanan ulusçu akımların ister istemez sirayetinde kalarak muhafazakâr iç politikalara yönelen imparatorluklar,

⁴⁶ P.A. Ilinskiy, *a.g.e.*, s. 65.

⁴⁷ *A.g.e.*, s. 66.

⁴⁸ Bu savaşta Çarlık Rusya Tuna Ordusunda 32451 kişi tifüse yakalandı. Ayrıntılı bilgi için bkz; Nataliya Grigoryevna Çigareva, “Sıpnoy Tif Epidemiçeskiy-Bolezni Voyni, Razruhi, Nişeti”, *Bülleten Natsionalnogo Naučno-İsledovatel'skogo İnstituta Obşestvennogo Zdorov'ya İmeni N.A. Semaşko*, No 1-2, Moskva 2022, s. 151.

⁴⁹ “Kak leçit soldata”, <https://arzas.academy/materials/915>, (27.5.2022)

diğer yandan jeopolitik rekabeti tetikleyen hammadde edinimiyle doğrudan ilişkili savaşlara yol açan işgalci dış politikalara sürüklenmişlerdir. Buharlı gemi ve trenlerin yük, yolcu ve asker taşımacılığında kullanıldığı bu yıllarda artık savaşlarda daha fazla kan akmaya daha fazla asker yaralanmaya başlamıştı. Üstelik tifo, tifüs, kolera ve dizanteri gibi daha pek çok salgın hastalık da geniş kitleleri ölümcül pençesi altına almıştı. Londra, Paris, Berlin, Viyana ve St. Petersburg gibi kentlerde gerek halk sağlığını ilgilendiren tıbbi çalışmalar yapılırken gerek yaralı ya da hasta askerlerin cephede hayatını kurtarmaya yönelik fiziksel ve organizasyon gerektiren projeler üzerine de yoğunlaşmışlardı. 14 Mart 1827 tarihinde İstanbul'da Tıphâne-i Âmire'nin kurulmasını da yine bu minvalde modernleşme çalışmalarının ürünü olarak değerlendirebiliriz. Her icat bir ihtiyaçtan doğar prensibinden hareketle Çarlık Rusya Sağlık Bakanlığı ile Savunma Bakanlığı, halk ve asker sağlığı konularında önemli çalışmaları Batı'dan esinlenerek tesis etme yoluna gitmiştir. Çarlık Rusya Kızılhaç'ının teşkil sebebi bu yaklaşımdan hareketle incelenmelidir. Filvaki, Çarlık Rusya'nın tıpkı Osmanlı İmparatorluğu gibi geleneksel köklerinden beslenerek ilerlediği akla getirildiğinde özellikle Kızılhaç organizasyonunda kadınların cephede askerlere şifa dağıtmak üzere bulunması belli başlı tartışmalardan geçerek gerçekleşmiştir. Kırım Harbi gibi bir mağlubiyette bu büyük açığın tespiti ile toplumun ve yönetimin saygı duyduğu Pirogov gibi hekimlerin ısrarı tartışma ekseninin ağırlık merkezini kadınlar lehine etkilemiştir. Yine Çarlık Rusya'nın özellikle Avrupa'ya yakın batı kentlerinde Kızılhaç organizasyonlarının kurulduğu gibi bir gerçeği görmezden gelmezsek Rus Kızılhaç'ının kuruluş temellerini daha iyi analize tabi tutmuş oluruz.

1877-1878 Türk-Rus Savaşı Rusya'nın yaptığı diğer savaşlardan bazı yönleriyle ayrışır. Bu ayrışımın merkezini ideoloji oluşturmaktadır. Elbette savaşın asıl nedeni Çarlık Rusya'nın jeopolitik projeleridir ve bu yönüyle meseleye yaklaşıldığında savaş esasında Balkan jeopolitiğini Rusya'nın lehine çevirmeyi hedefine alan planlı bir karaktere sahiptir. Ancak madalyonun diğer yüzünde ise din ve etnik mirasa sahip payda yer almaktadır. İşte bu özellik kamusal alanı savaşa güdüleyen unsurları oluşturur. Çarlık Rusya kamuoyunun uzun yıllar boyunca "*Ortodoks Hristiyan Balkan Slavlarının Müslüman Osmanlı'nın esaretinden kurtarılması mücadelesi*" fikriyle bezemesi Rus Kızılhaç topluluklarının finans ve insan talebi yönünden güçlendirilmesinin önünü açmıştır.

24 Nisan 1877'de başlayan savaş 3 Mart 1878'de tamamlandı. Balkan ve Kafkas topraklarında yaklaşık 1 milyon 250 bin insan vatani ve düşünceleri uğruna savaştı. Savaşanların yaklaşık 330 bini hayatını kaybetti, yaralandı ya da salgın hastalıkların pençesinde muzdarip oldu. 1877 kış mevsiminin erken gelip

çetin geçmesi askerler arasında donarak hayatını kaybetme gibi vakalara yol açtı. Çarlık Rusya Kızılhaç topluluklarının doktor, hemşire ve hasta bakıcıları on bir ay süren bu savaşta cephelerdeki baraka ve revirlerde, çamurlu ya da karla kaplı tarlalarda, cephelere çok yakın yerleşim yerlerindeki hastanelerde, gemi kabinleri ile tren vagonlarında canhıraş bir şekilde görevlerini ifa ettiler. Bulgaristan'dan Romanya'ya oradan da Rusya'ya tren ve gemilerle dokuz ayrı tahliye noktasından 76.760 hasta ve 30.312 yaralıyı tahliye etmeyi başardılar. Yine Kışinev ile Yaş arasında da yüz binden fazla esir, hasta ve yaralıyı tahliye ettiler. Yaklaşık 2.000 yataklı hastaneler kurmayı başardılar. Kızılhaç'a ait sağlık hizmetlileri bu faaliyetlerini karşılık beklemeden gerçekleştirdiler. Görevliler arasında hayatını salgın hastalık ya da kurşunlardan kaybedenler de olmuştu. Gerek savaş süresince gerekse de sonucunda Kızılhaç personelleri hakkında Rus kamusal alanına hitap eden kitap, gazete ve mecmualarda sitayişle bahsedilen yazılar kaleme alındı. Bu yazılan ve anlatılanlar geleneksel Rus toplumunda kadına yeni bir alan açtı. Tıp okulları ve kurslarında kadın kontenjanları arttırıldığı gibi toplumda hekimlik mesleğinin kutsallığı kanıksandı ve mesleğe ilgi artı. Rus Kızılhaç Topluluklarının savaşta faaliyetlerinin Bulgar, Sırp ve Karadağ milis hekimlerini etkilemesiyle beraber Romanya gibi ülkelerde gerek tedavi gerek hasta/yaralı nakliyesi konularında tecrübe edinildi. Kurşun çıkarma, kırık çıkıkta alçı tedavisi, amputasyon, yara pansumanı, donmalarda yapılması gereken uygulamalar, karantina ve dezenfeksiyon sistemi, anestezi, günlük hijyen ve eczacılık konularında hatırı sayılır bilgiler edindiler.

Hülâsa, 93 Harbinde Rusya'nın elde ettiği galibiyet başlı başına cephe genelinde askeri strateji kurgusu üzerinde temellenen bir bütünden ibaret değildir. Kızılhaç faaliyetleri salgın hastalıkla mücadeleden askerin fiziksel ve moral yönden güçlendirilmesine değin geniş bir yelpazede galibiyette pay sahibidir. Bu tür toplulukların cephede gösterdikleri yararlılıkların toplum zihninde oluşturduğu sinerji kadınların Rus geleneksel toplumuna kazandırılmasında muhalif düşünceleri bertaraf etmesinin yolunu açmıştır. Evlenemeyen ya da eşinden ayrılan dul kadınlar bu tür topluluklara dâhil olarak dışlanmaktan, mahalle baskısından ya da kötü alışkanlıklar edinmekten sıyrılarak hayatlarını başka insanlara yararlı olarak anlamlandırmışlardır. Üstelik doktor, hemşire ve hasta bakıcı üçgeninde sağlık hizmetleri takım çalışması haline dönüşmüş ve ezcümle hekimlerin işlerini kolaylaştırmıştır. Rus Kızılhaç gönüllülerinin Balkanlardaki faaliyetleri Balkan Slavları ile Çarlık Rusya'nın Hristiyan halklarının bağımlı güçlendirmiştir.

KAYNAKÇA

Yayımlanmış Arşiv Belgeleri

1. *Tsentrálny Gosudarstvennyy İstoričeskiy Arhiv Sankt-Peterburga (TsGİA SPb)*, f.392, op.1, d.56
2. *TsGİA SPb*, f.392, op.1, d.46
3. *TsGİA SPb*, f.392, op.1, d.47
4. *TsGİA SPb*, f.392, op.1, d.49
5. *TsGİA SPb*, f.392, op.1, d.54.
6. *TsGİA, SPb*, f. 392, op.1, d.35.

Kitap ve Makaleler

7. Bakunina, Ye., “M. Zapiski”, *Vestnik Evropy*, No: 3-6, Sankt- Peterburg 1898.
Belova, Ye. Ye. “Sestri miloserdiya v period russko-turetskoy voynı 1877-1878 gg.”, *Yroslavskiy Pedagogičeskiy Vestnik*, No:2, Yroslav 2010, s. 33-34.
8. Benke, A., *Voyna 1877-1878 gg.*, Vıpusk I, İzdanie Redaksii: Dosug i Delo, Sankt-Peterburg 1879.
9. Botkin, S. P., *Pisma S. P. Botkina iz Bolgarii 1877 g. S dvumya portretami avtora i vidom bolgarskoy hatı*, Sankt-Peterburg, Tipografiya M. M. Stasluyeviça, 1893.
10. Çigareva, Nataliya Grigoryevna, “Sıpnoy Tif Epidemicheskiy-Bolezni Voynı, Razruhi, Nişeti”, *Bülleten Natsionalnogo Naučno-İsledovatel'skogo İnstituta Obşestvennogo Zdorovya İmeni N.A. Semaşko*, No 1-2, Moskva 2022.
11. Çistakov, O. V., “Deyatelnost Rossiyskogo obşetva Krasnogo Kresta v voorujennih konfliktah (1867-1917) gg.)”, *Puti k miru i bezopasnosti, Spetsvıpusk: Gumanitarnie vizovi, humanitarnoe reagirovanie i zaşıta grajdanskogo naseleniya b voorujennih konfliktah*, no: 1 (54), Moskva 2018, ss.223-224.
12. General Staba Polkovnika Yemmareva, *Russko-Turetskiy Pohod 1877-1878 gg. Ataka ukreplennogo lagerya pod Plevnoy 21-31 avgusta 7-12.9.1877 goda (3-ya Plevna)*, Tip İzdaniya; Knijnoe İzdanie, Sankt-Peterburg 1898.
13. Ilinskiy, P.A., *Russkaya jenşina v voynu 1877-1878 g. Oçerk deyatelnosti sester miloserdiya, feldşerits i jenşin-vraçey*, Tipo-litografiya P.İ. Şmidta, Sankt-Peterburg 1879.
14. *İstoriya XIX. Veka*, Pod redaktsiem professorov Lavissa i Rambo, (Perevod s Frantsuzskogo)T.7, Gosudarstvennoe Sotsialno-Ekonomičeskoe İzdatelstvo, Moskva 1937.

15. Kirin, A.V., *Gosudarstvennie Reformy v Rossii*, İzdatelskiy Dom Vışey Şkoli Ekonomiki, Moskva 2021.
16. Koçukov, S.A., “F. M. Dostoyevskiy i Russko-Turetskaya Voyna 1877-1878 gg.” *İzvestiya Saratovskogo Universiteta*, Vıpusk 2, İzd. Saratovskogo Universiteta, Saratov, 2010.
17. Kunkite, M.İ., “K voprosu o vhojdenii petrogradskih Pokrovskoy i Svyato-Trotskoy obşin sester miloserdiya v sostav ROKK”, *Materialı Otkritoy gorodskoy nauçno-praktičeskoy konferentsii “Voprosı yçastiya srednego meditsinskogo personala v krupnih i lokalnih voennih konfliktah XIX-XXI vv.”*, Red.-sost. M.İ. Kunkite, Sankt-Peterburg 2009.
18. Mahaev S.K., *Podvijnitsı miloserdiya. Russkie söstrı miloserdiya*, Tip.G. Lissnera i D. Sobko, Moskva 1914.
19. Nikitin, S. A., (Sorumlu Redaktör), *Pervoe Serbskoe Vosstanie 1804-1813 gg. i Rossiya*, İzd. Akademiyı Nauk SSSR, Moskva 1980.
20. Nikolskiy, A., “İvan Sergeevič Aksakov (Nekrolog)”, *İstoričeskij Vestnik*, T. XXIII, No: 2, Sankt-Peterburg, 1886.
21. Obşina Sestör Miloserdiya Sv. Georgiya: *İstoričeskij oçerk Obşını sestör miloserdiya Sv. Georgiya v Sankt-Peterburge za dvatsatipyatiletie (1870-1895)*, İzd. B.İ., Sankt-Peterburg 1895.
22. Oçerk Dvatsatipyatiletney Deyatelnosti Krestovozdvijenskoy Obşını Sester Miloserdiya, Tip. İzd. Gratsianskogo, Sankt-Peterburg 1879.
23. Opisanie Sankt-Peterburgskogo Zavedeniya Obşını Sester Miloserdiya: C 8-yu Politirajnnimi Risunkami, İzdv. tipografii voenno-yçebnih zavedeniy Sank-Peterburg 1850.
24. Pirogov, Nikolay İ., *Bit Hirurgom Zapiski Starogo Vraça*, İzd. Algoritm, Moskva 2022.
25. Şerbak, A., *Vraçebnie Vedomosti*, 23.9.1876.
26. Turgenyev, İvan Sergeyevič, “Pamyati Yu. P. Vrevskoy”, *Povesti i Razskazı*, (özel basım / basım yeri ve yayınevi eserde yazmamaktadır) ss.379-380, 1897.

İnternet

27. <https://www.erisman.ru/erisman/> (24.5.2022)
28. <https://www.icrc.org/en/document/founding-and-early-years-icrc-1863-1914> (24.5.2022)
29. <https://www.rct.uk/collection/2908466/grand-duchess-elena-pavlovna-of-russia-1807-1873> (28.5.2022)
30. <https://arzas.academy/materials/915>, (27.5.2022)

68. Bölüm

1921 Maarif Kongresi ve Türk Eğitim Tarihi Bakımından Önemi¹

Mustafa ŞAHİN²

1 Bu çalışma 12-13 Eylül 2022 tarihlerinde “Sakarya Meydan Muharebesi ve Haymana” konulu sempozyumda sunulmuş, kitap için yeniden yazılmıştır.

2 Prof. Dr.: Dokuz Eylül Üniversitesi, Buca Eğitim Fakültesi, Sosyal Bilgiler Eğitimi ABD,
msahin66@gmail.com ORCID No: <https://orcid.org/0000-0001-8789-514X>

ÖZET

Erken Cumhuriyet dönemi eğitim tarihi ile ilgili olan bu çalışmanın temel amacı, 15-21 Temmuz 1921 yılında toplanan Maarif Kongresini tüm yönleri ile incelemektir. Bu çalışmada kongrenin toplanma gerekçesi, yapılan konuşmalar, kongrenin toplandığı dönemin koşulları, toplandığı yer, toplantıya katılanlar, kongrenin Türk eğitim tarihindeki yeri ve önemi ele alınmıştır. Bu bağlamda şu sorulara cevap aranmıştır: a) Kongre hangi koşullarda toplanmıştır? b) Kongre katılımcıları kimlerdir? c) Kongrede ele alınan konular nelerdir? d) Kongrenin Türk eğitim tarihi bakımından önemi nedir? Çalışmada tarihsel yöntem kullanılmıştır. Maarif Kongresi ile ilgili arşiv kayıtları, toplantı tutanakları olmadığı için bu araştırmanın kaynakları dönemin gazeteleri, döneme ilişkin anılar ve bu konuda yapılmış diğer çalışmalara dayandırılmıştır. Araştırma bulgularına göre, Maarif Kongresi, Anadolu’da TBMM öncülüğünde kurulacak yeni devletin eğitim alanında yaptığı geniş katılımlı ilk toplantıdır. Böylesi bir toplantıda ilk defa kadın ve erkek eğitimciler bir arada bulunmuştur. Maarif Kongresine davet edilen özellikle okul müdürleri ve öğretmenler aracılığı ile “milli mücadele ruhu” eğitim camiasına en üst noktadan verilmeye çalışılmıştır. Muharebelerin en yoğun olduğu evrede Mustafa Kemal’in kongre için cepheden Ankara’ya dönmesi ve kongrenin açılış konuşmasını yapması yeni dönemde eğitimin ne kadar önemseneceğinin ilk göstergelerinden biri olmuştur. Kongrede verilen mesajlarda eğitim aracılığı ile “yeni bir toplum inşa etmenin gerekliliği” üzerinde durulmuş bunun da “ulusal bir karakter” taşıyacağı ve “doğmalardan arınmış bir içerikte” olacağının altı çizilmiştir. Maarif Vekili Hamdullah Suphi Bey, kendisinin çeşitli vesilelerle dile getirdiği görüşlerini ve bakanlığının tasarılarını kongrede kabul ettirmiştir. Özetle erken Cumhuriyet döneminde eğitim alanında yapılacak değişimlerin ilk adımı Maarif Kongresinde atılmıştır.

Anahtar Sözcükler: Maarif Kongresi, Millî Mücadele Dönemi, Türk Eğitim Tarihi, Hamdullah Suphi, Maarif Vekâleti

GİRİŞ

Pek çok uzman tarafından eğitim, ülkelerin gelişmişlik düzeyini gösteren temel öğelerden biri olarak kabul edilmektedir. Türkiye Cumhuriyeti'nde de modern bir devlet olabilmenin koşullarından biri olan yenilikçi bir eğitim sistemi kurmak amacıyla önemli adımlar atılmış, önceki dönemin eğitim hamlelerinden etkilenilmiş ya da bir takım dersler çıkarılmıştır. Milli mücadele süreci eğitim işlerini de büyük ölçüde etkilemiş ancak eğitim de bu mücadeleye önemli katkılar sağlamıştır. 6 Mayıs 1920 tarihinde Maarif Vekâleti adı altında yeni bir örgüt kurulmuş ve eğitimin ulusal bir sistemle yönetilmesi gerektiği kabul edilmiştir. 15 Temmuz 1921 tarihinde, mücadelenin en yoğun olduğu süreçte, Ankara'da bir eğitim kongresi toplanmıştır.

Başta Mustafa Kemal olmak üzere milli mücadelenin önderlerinin önemli bölümü Tanzimat'tan beri biriken aydınlanma hareketini, ulusallıkla ve halkçılıkla birleştirerek Anadolu'ya yayma gayreti taşıyordu. İktidarları döneminde ulusal eğitime engel olan unsurları mümkün olduğunca temizleme çabası içindeydiler. Bu bağlamda milli mücadele döneminin en yoğun dönemlerinde bile Ankara'da Ziraat Mektebi'nde ve Erkek Muallim Mektebi'nde geniş kitlelere yönelik bu türden toplantılar düzenleniyordu. Bu toplantılardan bazıları bilimsel, bazıları ise halka yönelik idi. İsmail Hakkı, Hakkı Baha, Hikmet, Ahmet Edip, Kazım Nami, Kemal Beyler eğitim konulu konferanslar vermişlerdi. Halk konferansları verenler arasında Mahmut Esat, Samih Rıfat, Yunus Nadi gibi isimler yer almaktaydı. Aynı yıl "Yüksek Dersler" adıyla konferanslar serisi başlatılmıştı. Burada ders verecekler arasında Ziya Gökalp, Ruşen Eşref, Nafi Atuf, Veled Çelebi, Yakup Kadri, Ağaoğlu Ahmet, Halide Edip, Hamdullah Suphi, Rıza Nur, Yusuf Akçora, Mahmut Esat gibi şahsiyetler bulunuyordu. Suphi Nuri'nin ifadesiyle yüksek dersler, "Türk inkılabının ilim sahasındaki ilk faaliyeti" idi (Sarıhan, 2019: 26-35).

Erken Cumhuriyet dönemi eğitim tarihi ile ilgili olan bu çalışmanın temel amacı, 15-21 Temmuz 1921 yılında toplanan Maarif Kongresini tüm yönleri ile incelemektir. Bu çalışmada kongrenin toplanma gerekçesi, yapılan konuşmalar, kongrenin toplandığı evrenin koşulları, toplandığı yer, toplantıya katılanlar, kongrenin Türk eğitim tarihindeki yeri ve önemi ele alınmıştır. Bu bağlamda şu sorulara cevap aranmıştır: a) Kongre hangi koşullarda toplanmıştır? b) Kongre katılımcıları kimlerdir? c) Kongrede ele alınan konular nelerdir? d) Kongrenin Türk eğitim tarihi bakımından önemi nedir?

Çalışmada tarihsel yöntem kullanılmıştır. Maarif Kongresi ile ilgili arşiv kayıtları, toplantı tutanakları olmadığı için bu araştırmanın kaynakları dönemin gazeteleri, döneme ilişkin anılar ve bu konuda yapılmış diğer çalışmalara dayandırılmıştır. 15-21 Temmuz 1921 tarihleri arasında Ankara'da gerçekleşen

toplantı, içerik olarak ulusal bir kongre idi. Pek çok araştırmacı tarafından “Birinci Maarif Kongresi” ya da “Maarif Kongresi” olarak isimlendirilen bu toplantı Hâkimiyeti Milliye Gazetesi’nin 31 Mayıs ve 13 Temmuz 1921 tarihli haberlerinde “Maarif Kongresi” olarak geçmekteydi. Yenigün, İkdâm, Anadolu Ajansı, Muallimler Mecmuasında ise “Muallime ve Muallimler Kongresi” olarak geçmektedir (Karakütük, 2021: 751-775). Zira kongrenin açılış konuşmasını yapan Mustafa Kemal de toplantıyı “Türkiye Muallime ve Muallimler Kongresi” olarak isimlendirmiştir. Yaygın ve bilinen ismi “Maarif Kongresi” olarak bilindiği için bu çalışmada da “Maarif Kongresi” adı kullanılmıştır.

Kongre Hangi Koşullarda Toplanmış?

Ankara’da toplanan Maarif Kongresi, 15-21 Temmuz 1921’de yapılmıştır. Söz konusu evre, Birinci Dünya Savaşı’nın sonunda Osmanlı Devleti ile imzalanan Mondros Ateşkes Antlaşması’ndan sonra Anadolu’nun batı bölgesinin Yunanistan, güney bölgesinin İtalya ve Fransa, güneydoğu bölgesinin ise İngiltere tarafından işgal edildiği bir evredir. Aynı evrede İstanbul ve İstanbul Boğazı müttefikler tarafından kontrol ediliyordu ve Osmanlı Devleti Anadolu’da küçük bir alanla sınırlandırılmıştı. İstanbul’da varlığını pasif haliyle korumaya çalışan padişahın yönetimine rağmen Anadolu’da müdafaa-i hukuk dernekleri kurulmuş, İzmir’in işgalinden sonra Mustafa Kemal Paşa başta olmak üzere Anadolu’da direniş grupları oluşmaya başlamıştı. Amasya Genelgesi, Erzurum Kongresi, Sivas Kongresi ve Türkiye Büyük Millet Meclisi’nin açılmasından sonra Yunan ordusunun Batı Anadolu’da ilerlemesine karşı mücadele düzenli ordu birlikleri ile başladı. Maarif Kongresi tam da Yunan silahlı kuvvetlerinin Bursa’dan Kütahya’ya yönelik saldırıları ve Kütahya-Eskişehir Muharebesinin gerçekleştiği dönemde gerçekleştirilmiştir.

Kongre Katılımcıları Kimlerdir?

Bu kongreye Ankara’ya yakın olan maarif merkezlerinin hepsi, uzak olanlardan da üç veya dördünün katılması planlanmıştı. Her merkezin maarif müdürü, muallim mekteplerinin ve sultanilerin müdürleri ile Telif ve Tercüme Heyeti üyelerinin de katılım sağlaması öngörülmüştür. Erken cumhuriyet döneminin aydınları Osmanlı Devleti’nin çöküşünü bizzat yaşamış kişilerdi. Söz konusu kişiler Osmanlı eğitim sisteminin sorunlarını görece gençlere göre daha iyi bildiklerinden bu kongreye özellikle davet edilmişlerdir. Bu kongrede er gruptan görüş almanın temel avantajlarını kullanmak için orta yaş grubunu uygulanabilirlik yeteneğini, gençlerin de dinamizminden faydalanmak adına üç grubun görüşlerinin harmanlandığı söylenebilir.

Kongre katılımcıları kongre gününden önce Ankara'ya gelmeye başlamış ve Ankara Sultanisinde ağırlanmışlardır. Kongreye katılanlar için Nafia Vekâleti özel bir tren tahsis etmiş, demiryollarına yakın olanlar söz konusu trenle Ankara'ya ulaşmışlardır. Ancak Anadolu'nun bir bölümünde hala demiryolu olmadığı için delegelerin bir kısmı at arabalarıyla ulaşımını sağlamıştır. Böyle bir yolculuğun uzun sürebileceği bilindiğinden, oturuma katılan konukların bir kısmı kongreye gecikmeli katılabilmektedir. Kongre tutanakları mevcut olmadığı için katılımcı sayısı tam olarak bilinmemekle birlikte 180 ile 250 kişi arasında bir katılımcının olduğu düşünülmektedir. Bununla birlikte, gazetelerden, dergilerden ve TBMM zabıt ceridelerine yansıyan isimlerden hareketle kongre katılımcısı 51 kişinin isimleri şunlardır (Sarıhan, 2021: 148-149; Okur, 2005: 203):

“Üst Düzey Yöneticiler: Mustafa Kemal Paşa (TBMM Başkanı), Adnan Adıvar (TBMM İkinci Başkanı), Hamdullah Suphi Tanrıöver (Eğitim Bakanı), Kazım Nami Duru (Orta Öğretim Genel Müdürü), Ahmet Edip Bey (İlköğretim Genel Müdürü), Vasıf Bey (Eğitim Bakanlığı Özel Kalem Müdürü). Yüksek Dersler Müderrisleri: Ziya Gökalp, Nafi Atuf Bey, Yakup Kadri, Ruşen Eşref Bey, Veled Çelebi Efendi, Ağaoğlu Ahmet Bey, Halide Edip Hanım, Müfide Ferit Hanım, Adnan Bey, Ali Suat Bey, Fuat Bey. Üniversite: Rıza Nur Bey, Akçora Yusuf Bey, Mithat Bey, Niyazi Bey, Veli Bey, Mahmut Esat Bey, Mustafa Şeref Bey, Suat Bey, Hüseyin Bey, Mehmet Vehbi Bey, Cemal Hüsnü Bey, İsmail Hakkı (Baltacıoğlu), Mehmet Emin (Erişirgil). Eğitim Müdürleri: Haydar Bey (Isparta), Avni Bey (Yozgat), Refet Bey (Adana), Talat Bey (Bolu), Zakir Bey (Afyonkarahisar), Haydar Bey (Burdur), Cudi Bey (Siirt), Osman Nuri Bey (Sivas), Hakkı Hilmi Bey (Konya), İhsan Hami Bey (Diyarbakır), Sadık Bey (Samsun), Adil Bey (Kastamonu), Ahmet Nuri Bey (Aydın), Şükrü Bey (Ankara), Baha Tevfik Bey, Hasan Fehmi Bey (Denizli). Okul Müdürleri: Eşref Bey (Konya Öğretmen Okulu Müdürü), Osman Nuri Bey (Konya Sultani Müdürü), Avni Bey (Konya'da Tatbikat Öğretmeni), Mehmet Fuat Gündüzalp (Bartın Lisesi Müdürü), Şahur Hanım (Ankara Kız Öğretmen Okulu Müdiresi).”

Kongrede Ele Alınan Konular Nelerdir?

Kongrenin gündemini, nüfusun milliyetlere göre dağılımı, eğitimdeki istatistiki bilgiler, okulların dereceleri ve sayıları, öğretmen sayıları ve dereceleri, öğrenci sayıları ve dereceleri, öğrenci velilerinin işi, kız okullarının sayıları ve dereceleri, okul binaları, okul binaları, ziraat ve sanayi okullarının durumu, sıbyan mektepleri, yerel eğitimin gelişimi için düşünülen konular, eğitim ekonomisi gibi konular oluşturmuştur (Kaplukan, 2014: 129):

Mustafa Kemal, kongrenin açılış konuşmasında ülkenin içinde durumu özetlemiş ve bu süreçte TBMM'nin üzerine düşen görevi anlatmıştır. Milli mücadelenin gerçekleştirildiği o atmosferde herkesin, her grubun üzerine düşen bazı görevler olduğunu söyledikten sonra öğretmenlerin üzerine düşen görevleri de şöyle ifade etmiştir (Kaplukan, 2014: 126-128):

“Yüzyılların yüklediği derin bir idare ihmalinin devlet varlığında açtığı yaraları gidermeyi sağlayacak çabaların en büyüğünü, eğitim yolunda harcamamız gerekmektedir. Bugün için memleketin aydınlanması uğruna ayrılabilir şey; eğitimimizin geleceğine dayanak olacak bir temel kurmaya yeterli değildir. Ancak elverişli ve yeterli koşullarla araçları elde edinceye kadar geçecek savaş günlerinde de tam bir özenle işlenip çizilmiş bir ulusal eğitim programı yapmaya ve eldeki eğitim ve öğretim kuruluşlarımızı bugünden verimli bir çabayla çalıştıracak esasları hazırlamaya bakmalıyız. Şimdiye kadar sürüp gelen okuma ve yetiştirme yanlışlıklarının ulusumuzun gerilemesinde en önemli nedenlerden biri olduğu kanısındayım. Onun için bir ulusal yetiştirme programından söz açarken, eski çağdaki asılsız uydurmalarından, yaradılışımıza hiçte uymayan yabancı düşüncelerden, Doğu'dan ve Batı'dan aşırma bütün etkilerden büsbütün uzak, ulusal ve doğamıza uygun bir kültürü öne sürmüş oluyorum. Çünkü Türk idaresinin gerçek gelişmesi ancak böyle bir kültürle sağlanabilecektir. Rastgele bir yabancı kültürü kabullenmek, şimdiye kadar uygulanıp duran yabancı kültürlerin yıkıcı sonuçlarını tekrar etmekten başka işe yaramaz. Kültürün, bu düşünce ekininin verimi, ekildiği yerin elverişliliği ile orantılıdır. Bu yer de milletin karakteridir. İşte biz bu toplantınızdan yalnız, çizilmiş eski yollarda nasıl yürüyüp gidileceği hakkında beylik düşünceler ileri sürüp dağılmayı değil, belki de bu ortaya koyduğum koşullar çerçevesinde ulusa, yeni bir sanat ve bilim göstermek ve yeni kuşağı o yolda yürütmek için önder olmak gibi kutsal bir yararlılık bekliyoruz. Gelecek için hazırlanan yurt çocuklarına, hiçbir zorluk karşısında baş eğmeyerek sabırla, güvenle çalışmalarını ve yetismekte olan çocukların büyüklerine de yavrularının okumalarını sağlamak için hiçbir fedakârlıktan çekinmemelerini salık veririm. Milletimizin yaratılıştan gelen elverişliliğini geliştirmek sizlere düşüyor. Türk öğretmenlerine hükümetimizce, candan ve gönülden istendiği kadar iyi ve rahat yaşama koşullarının sağlanamamış olduğunu biliyorum. Ama insanımızı yetiştirmek gibi kutsal bir ödevi benimsemiş olan yüce topluluğunuzun bugünkü şartları göz önünde bulundurarak, her türlü güçlüğü göze alarak bu yolda sarsılmadan yürüyeceğine de güvenim vardır. Göreviniz pek önemlidir, milletin yaşamastıyla yakından ilgilidir. Bunda başarılı olmanızı Tanrıdan dilerim.”

Sarıhan'ın da ifade ettiği gibi, Mustafa Kemal Paşa'nın kongredeki konuşmasından anlaşılabileceği üzere yeni kurulacak devletin eğitim paradigması

özgün bir kültür oluşturma, pozitivist ve ulusal olma çizgisindedir. Kongrede, maarif vekilliği tarafından “halk mektepleri hakkında düzenlenen bir proje ile çocukları yaşam içinde başarılı olacak bir nitelikte yetiştirmek için yeni bir programın hazırlanmasının zorunluluğu” tartışılmıştır. Ele alınan ve karara bağlanan diğer konu başlıkları şunlardır: Süresi dört yıl olan ilkokulların beş yıla çıkarılması. İlkokul müfredatlarının uygulanabilir olmaması. Altı yıllık iptidai okullarda okutulan pek çok derse ihtiyaç olmadığı. Halk eğitimi için yüksek müfredatlara değil, halkın daha çok gereksinim duyduğu lisan, din ve hesap gibi derslerin okutulması. Köylülerin ve kentlilerin ihtiyaçlarının farklı olması nedeniyle ilkokul programlarının buna göre ayrı ayrı düzenlenmesi. Meslek derslerinin ilkokullarda bütünüyle öğretilmesinin mümkün olmadığı (Sarıhan, 2019: 93-94; Kılavuz ve Tanık, 2011: 369-372).

Mustafa Kemal’in konuşması sonrası Hamdullah Suphi Bey kürsüye çıkarak bu kongrenin bir başlangıç olduğunu, gelecek yıl aynı yerde bir araya gelerek yapılacakları birlikte kararlaştıracaklarını söylemiş, maarif müdür ve öğretmenlerden gelen raporları incelemek üzere beş kişilik bir kurul önermiştir. Kurul üyeleri olarak da İsmail Hakkı (Baltacıoğlu), Nafî Atuf (Kansu), Ahmet Edip bey, Mehmet Emin (Erişirgil), Kazım Nami (Duru) ve Beylerin adını söylemiştir (Sarıhan, 2019: 95).

Kongrenin ikinci gün toplantıları Darülmualimin konferans salonunda Maarif Vekili Hamdullah Suphi’nin riyasetinde yapılmıştır. Hamdullah Suphi Bey ikinci günün açılış konuşmasında öğretim programlarının ve öğretimin sadeleştirilmesi, uygulamalı hale getirilmesi ve yörelere göre çeşitlendirilmesi hususunda şunları söylemiştir: “*Maarif siyasetimiz, milletin kitle-i esasiyesini teşkil eden çiftçi ve işçi sınıfının her şeyden evvel nazar-ı dikkat önünde tutulmasına ve yeni istikamet bu umdeye dayanmasına bağlıdır. Anadolu gene bir sanat merkezi olacaktır. Halkın geçimini yükseltecek ve ıslah edecek nazarı ve amelî bilgiyi vermek hedeftir*”. İkinci gün toplantılarında halk mektepleri ile ilgili bir proje tartışılmıştır. Söz konusu projede, çocukları yaşam içinde başarılı olacak bir yetenekte yetiştirmek için bir müfredatın hazırlanmasına gereksinim olduğu belirtilmiştir. Bunun yanında dört yıl olan ilkokulların beş yıl olması uygun görülmüştür. İlkokullarda meslek derslerinin bütünüyle öğretilmesinin imkânsız olduğu ifade edilmiştir.

Kongrenin üçüncü gününde “ortaöğretim” konusu ele alınmış ve orta dereceli okul programları tartışılmıştır. Son toplantıda ilk ve ortaöğretimin amacı ve öğretim programı hakkında yapılan görüşmeler sonunda görüş birliği sağlanmıştır. Kongre katılımcılarının tamamı eğitimin sadeleştirilmesi, uygulamalı hâle getirilmesi ve yerelleştirme üzerinde düşünce birliğine varmıştır.

Kongrenin Türk Eğitim Tarihi Bakımından Önemi Nedir?

Mili mücadele sürecinde yeni devletin oluşmasında öğretmenlerin rolü ve önemi en başından itibaren dikkate alınmıştır. Öğretmenlerin “ulusal ruhu ve manevi enerjii yüksek tutması kadar, eğitim öğretimin kendini yenileyebilmesi ve yeni bir hukuki çerçeve içerisinde devamlılığının sağlanması için atılması gereken adımları belirlemesi bakımından” kongre oldukça anlamlıdır (Kaplukan, 2014: 125).

Kongrede Mustafa Kemal’in yapmış olduğu konuşma aslında Cumhuriyet eğitiminin ilk işaretini vermiştir. Onun konuşmasının satır aralarında Meşrutiyet döneminde çok tartışılmış olan ulusal, demokratik ve üretici eğitimin özeti bulunmaktadır. Kongrenin en önemi yanı ölüm kalım savaşı esnasında Ankara’da öğretmenlerin bir araya getirilmesi, eğitimin amaçlarının, sorunlarının ve çözüm yollarının tartışılmasıdır. Mustafa Kemal’in kongrenin açılış konuşmasında yeni kurulmakta olan devletin eğitim ilkelerini ortaya koyması, karamsarlara umut, umutlulara güç, düşmanlara şaşkınlık vermiştir. Bu konuşma geleceğe sarsılmaz bir güvenle bakan ve bu güveni milletine aşılayan Mustafa Kemal’in liderlik özelliğine de ortaya koymaktadır. Kongre esnasında kadın öğretmenlerle ilgili takındığı tutum, savaştan sonra kadın hakları sorununa da el atacağıının bir işareti sayılabilir. Bu konuşma Mustafa Kemal’in eğitimsizlikle mücadeleyi düşmanla çarpışmaktan farksız gördüğünün de kanıtıdır (Sarıhan, 2019: 80).

Birinci Maarif Kongresi olarak isimlendirilen ve 15-21 Temmuz 1921’de toplanan kongre Maarif Vekili Hamdullah Suphi Bey’in eseridir. Hamdullah Suphi Bey bu kongrede, kendisinin daha önce farklı ortamlarda dile getirdiği görüşlerini agme ettirmiştir denilebilir.

Erken Cumhuriyet dönemi eğitim tarihinde haklı bir öneme sahip olan kongre, Kaplukan’ın da ifade ettiği gibi “20 yüzyıl başlarında ortaya çıkan milliyetçilik akımının yarattığı birikimle kültür ve eğitimde Batı’ya ve ortaçağ değerlerine direnişl sembolize etmektedir. Kongre, dünyanın yeni koşullarında, vatani, ulusal birliğı bir bütün olarak ulusal varlığı tehlike altında olan Türk agmen için, yeniden dirilişle güç verecek önemli bir olgudur. Türk agmen için Kurtuluş Savaşı’nın önemi ne kadar büyükse, savaşın en bunalımlı günlerinde toplanan kongrenin de Türk eğitim tarihi açısından önemi büyüktür.” (Kaplukan, 2014: 123).

Maarif Kongresi’ne Anadolu’nun muhtelif şehirlerinden 180-250 kişi katılmıştır, fakat hem güvenlik, hem ulaşım güçlüğü hem de vekilliğin para tahsisi konusunda karşılaştığı güçlükler nedeniyle katılımcıların çoğunluğu Ankara’dan olmuştur. Kongre Mustafa Kemal’in açılış konuşması ile başlamıştır. Mustafa Kemal söz konusu konuşmada ulusal eğitimin temellerini

açıklamıştır. Mustafa Kemal'in açılış konuşması ve savaş koşullarında böylesi bir eğitim kongresinin toplanması, dönemin basınında övgü ve takdirle karşılanmıştır. Kongre süresi iki hafta olarak planlanmasına agmen Yunan askeri güçlerinin cepheyi yarıp Anadolu içlerine doğru ilerlemesi nedeniyle erken sonlandırılmak zorunda kalınmıştır. Maarif Kongresi, tıpkı diğer eğitim şuraları gibi danışma hüviyetine sahiptir. Temel eğitim ve orta öğretim hem içerik, hem de öğretim sürelerini çerçevesinde tartışılmıştır.

Kongre sonrası Maarif Vekili Hamdullah Suphi Bey hakkında iki soru önergesi verilmiştir: Önergelerden ilki kongre için yapılmış olan harcamalardır. İkincisi ise kongreye kadın ve erkek öğretmenlerin karma olarak birlikte katılmasıdır. Hamdullah Suphi Bey bu gerekçelerle sert eleştirilere uğramıştır ve maarif vekilliğinden istifa etmek zorunda kalmıştır.

SONUÇ

Maarif Kongresi, Anadolu'da TBMM öncülüğünde kurulacak yeni devletin eğitim alanında yaptığı geniş katılımlı ilk toplantıdır. Böylesi bir toplantıda ilk defa kadın ve erkek eğitimciler bir arada bulunmuştur. Maarif Kongresine davet edilen özellikle okul müdürleri ve öğretmenler aracılığı ile “milli mücadele ruhu” eğitim camiasına en üst noktadan vermeye çalışılmıştır.

Muharebelerin en yoğun olduğu evrede Mustafa Kemal'in kongre için cepheden Ankara'ya dönmesi ve kongrenin açılış konuşmasını yapması yeni dönemde eğitimin ne kadar önemseneceğinin ilk göstergelerinden biri olmuştur. Gerek Mustafa Kemal'in gerekse Maarif Vekili Hamdullah Suphi Bey'in kongredeki açılış konuşmalarında verdikleri mesajlardan yeni kurulacak devletin eğitim politikalarının izleri görülmeye başlanmıştır.

Kongrede verilen mesajlarda eğitim aracılığı ile “yeni bir toplum inşa etmenin gerekliliği” üzerinde durulmuş bunun da “ulusal bir karakter” taşıyacağı ve “doğmalardan arınmış bir içerikte” olacağının altı çizilmiştir. Maarif Vekili Hamdullah Suphi Bey, kendisinin çeşitli vesilelerle dile getirdiği görüşlerini ve bakanlığının tasarılarını kongrede kabul ettirmiştir.

Erken Cumhuriyet döneminde eğitim alanında yapılacak değişimlerin ilk adımı Maarif Kongresinde atılmıştır. Kongre, önceden kararlaştırıldığı kadar çalışmamış, gündemindeki konuların hepsi ele alınamamış ve incelenen konular da yeterli bir derinlikte tartışılamamıştır. Bunun nedeni, savaşın bütün şiddetiyle devam etmekte olmasıdır.

Kongre için yapılan harcamalar ve kongreye kadın ile erkek eğitimcilerin birlikte katılması nedeniyle mecliste Hamdullah Suphi Bey hakkında soru önergesi verilmiştir. Bakan, sert eleştirilere uğramış ve maarif vekilliğinden istifa etmek zorunda kalmıştır. Kongrede kadın ve erkek öğretmenlerin bir arada

bulunmasına tepki gösteren milletvekillerine karşı Mustafa Kemal tepki göstermiş, bununla birlikte süreç Hamdullah Suphi Bey'in istifası ile sonuçlanmıştır.

REFERANSLAR

1. Kapluhan, E. (2014). 1921 Maarif Kongresi'nin Türk eğitim tarihindeki yeri ve önemi, *Yalova Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(8), 123-134.
2. Karakütük, H. (2021). Türk basınında 1921 Maarif Kongresi, *TroyAcademy International Journal of Social Sciences*, 6(3), 751-776.
3. Kılavuz, N. ve Tanık, İ. H. (2011). Millî Mücadele döneminde Maarif Kongresi ve I. Türkiye Büyük Millet Meclisi'nin eğitim-öğretim hakkındaki görüşleri, *Erzincan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Eğitimi Dergisi*, 4(2), 353-378.
4. Okur, M. (2005). Millî Mücadele ve Cumhuriyetin ilk yıllarında millî ve modern bir eğitim sistemi oluşturma çabaları, *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(1), 199-217.
5. Sarıhan, Z. (2019). *1921 Maarif Kongresi*, İstanbul: Tarihçi Kitabevi.

69. Bölüm

Pazarlama Alanında Çevreye Duyarlı Tüketici Davranışı ve Çevresel Bilinç Konusuna Kavramsal Bir Bakış¹

Neşenur ALTINIĞNE ²

¹ Bu çalışma Prof. Dr. F. Zeynep Bilgin danışmanlığında 2012 yılında tamamladığımız “Visualizing the factors affecting environmentally conscious behavior (Çevresel bilinci etkileyen faktörlerin incelenmesi) başlıklı yüksek lisans tezi esas alınarak hazırlanmıştır (Yüksek Lisans, Marmara Üniversitesi, İstanbul, Türkiye, 2012).

² Dr. Öğr. Üyesi Neşenur Altınığne; İstanbul Bilgi Üniversitesi İşletme Fakültesi Pazarlama Bölümü.
nesenur.altinigne@bilgi.edu.tr ORCID No: 0000-0002-9824-1763

ÖZET

COVID-19 pandemisi, küresel ısınma, hatta Birleşmiş Milletler tarafından son dönemde yapılan açıklamaya göre küresel kaynama, gibi çevreye bireysel ve toplumsal anlamda duyarsızca yaklaşımların insan hayatındaki yansımaları, çevre sorunlarının ciddiyetini ortaya koymuş ve bireylerin dikkatini her zamankinden daha fazla çevre sorunlarına çekmiştir. Bu çalışmanın temel amacı her geçen gün önemi artan çevreye duyarlı tüketici davranışı ve çevresel bilinç kavramlarına etki eden faktörlerin belirlenmesi konusunda yazında yapılan araştırmaların ve ortaya koyulan kavramsal çerçevelerin detaylı bir analizini sunmaktır. Bu çalışmada, çevreye duyarlı tüketici davranışı konusu; demografik değişkenler, çevreci tutum, çevreye duyarlı davranma niyeti, kültürel kavramlara ilişkin bakış açılarını yansıtmaya özelliği bakımından geniş bir açıdan ele alınmaktadır. Bu çalışma, gelecekte yapılacak araştırmalara kaynak oluşturmak açısından önem taşıdığı gibi, firmalara bu tüketici grubunu daha detaylı tanıma ve anlama imkânı sunması açısından da önem taşımaktadır.

Anahtar Kelimeler: çevreye duyarlı davranış, çevresel bilinç, çevreci pazarlama, çevresel endişe, yeşil pazarlama, çevreci satın alma davranışı

JEL:M31, M30

GİRİŞ

Çevre ve çevreyle ilgili sorunlar uzun süredir dikkat çekmeye başlamış ve çevresel sorunlara yönelik bakış açısı son yıllarda önemli ölçüde değişmiştir. Bu farklılaşma, kirlilik, biyolojik çeşitliliğin kaybı, küresel ısınma, ozon tabakasının incilmesi ve ormansızlaşma gibi çevresel sorunların global hale gelmesi ve bütün dünyayı etkilemesinden kaynaklanmaktadır. Özellikle geçtiğimiz ay Birleşmiş Milletler tarafından yapılan artık “Küresel Isınma döneminin kapandığı ve maalesef “Küresel Kaynama” dönemine girdiğimiz noktasındaki açıklamalar artık bu sorunun yadsınamayacak boyutlarda olduğunun altını çizmektedir. Çevresel sorunlar uzun süredir bilinmesine rağmen, bu sorunlara dikkat çekme konusundaki ilk girişim, Al Gore'un "An Inconvenient Truth" adlı küresel ısınma belgeseli olarak düşünülebilir. Bu belgesel, 2007'de iki Oscar da dahil olmak üzere 23 ödül kazanan ve Humanitas Ödülü de dahil olmak üzere birçok ödüle layık görülmüştür (Jackman, 2012). Bir çevre aktivisti olarak Al Gore, aynı zamanda İklim Değişikliği Hükümetler arası Paneli (Intergovernmental Panel on Climate Change) ile birlikte "insan kaynaklı iklim değişikliği hakkında daha fazla bilgiye ulaşmayı ve bu bilgiyi yaymayı, bununla birlikte böyle bir değişime karşı önlem alınması için gerekli olan temelleri atmak konusundaki çabaları” nedeniyle 2007 Nobel Barış Ödülü'ne layık görülmüştür (Nobel Basın Bildirisi, 2007). Küresel ısınma, su ve hava kirliliği, ozon tabakasının incilmesi, türlerin yok olmasının yanı sıra tarımın da çevre üzerinde etkisi vardır. 2010 yılının Uluslararası Biyoçeşitlilik Yılı olarak ilan edilmesi, geniş bir yelpazedeki spesifik konuların hem kamu hem de politika düzeyinde ön plana çıkmasını sağlamıştır. Konunun (biyoçeşitlilik) gıda tüketimi ve üretimi ile ilgili olması nedeniyle, 2010 yılının biyoçeşitlilik yılı olarak sunulması, tarımın çevre üzerindeki etkisine ilişkin tartışmalarla sonuçlanmıştır. Bu farkındalık yaratma çabaları 2000'li yılların ilk on yılında toplumlarda belirli bir farkındalık düzeyi oluşturmalarına rağmen yine de olumsuz sonuçların önüne geçilmesini sağlayamamıştır.

COVID-19 pandemisi (Mart 2020), Fukushima nükleer felaketi (Mart 2011) ve Meksika Körfezi petrol sızıntısı (Nisan 2010) gibi olayların insan hayatındaki yansımaları çevre sorunlarının ciddiyetini ortaya koymuş ve bireylerin dikkatini her zamankinden daha fazla çevre sorunlarına çevirmiştir. Aynı zamanda diğer doğal felaketlere de insan etkisinin neden olmuş olabileceği tartışmalarını gündeme getirmiştir. Eurobarometer 365 (2011) raporuna göre insanların artan endişesi iki eğilimle ilişkilendirilebilir: Birincisi, çevre sorunları aciliyet kazanmıştır ve küresel sorunlara küresel bir yanıt verilmesine giderek daha fazla ihtiyaç duyulmaktadır. Bu, uluslararası çevre anlaşmaları ve mevzuatı ile ilgili bir konudur. İkinci olarak, vatandaşlar bu

sorunların günlük yaşamlarındaki potansiyel ve fiili etkilerinin ve çevrelerini korumada oynayabilecekleri rolün daha fazla farkına varmaktadır. Bunun yanı sıra, doğal kaynaklar üzerinde artan baskı, doğal kaynakların sınırlarına yaklaşıldığı inancıyla fiyatların yükselmesine neden olmuştur. Artan maliyetlerin bir sonucu olarak, insanların çoğu enerji ve diğer kaynakların önemini dikkate almaya başlamıştır. Bu bağlamda, bir ülke için vatandaşlarının çevre kavramını nasıl algıladıkları, ilgili sorunlar hakkında ne hissettiklerini, nasıl davrandıklarını ve bunlara nasıl yanıt verdiklerini bilmek önemlidir.

Bu çalışma, bireylerin çevreye duyarlı davranışlarını ve bu davranışları etkileyen değişkenleri anlamayı amaçlamaktadır. Bu değişkenleri anlamaya çalışırken çevresel bilinci etkileyen faktörleri konu alan çalışmalarda kullanılan modeller, değişkenler ve teoriler incelenmiştir.

ÇEVREYE DUYARLI TÜKETİCİ DAVRANIŞININ ÖNEMİ

Değişim hayatın kaçınılmaz bir parçası ve gezegenimiz son elli yılda teknoloji, küreselleşme ve çevresel nedenlerin etkisiyle hızlı, şaşırtıcı ve olumsuzluklara da neden olan değişimler yaşıyor. Bir yandan ekonomik krizler toplumların yaşam kalitesini düşürürken, diğer yandan çevre sorunları (iklim değişikliği ve hava kirliliği vb.) bireylerin yaşam kalitesini olumsuz etkiliyor, yapılan sınırlamalar ve düzenlemeler nedeniyle ülkelere yük getiriyor. Tüm bu değişimler pazarlama da dahil olmak üzere çeşitli disiplinleri, durumlarını yeniden gözden geçirmeye zorlamıştır. Pazarlama özellikle tüketici davranışları konusunda bu değişimlerden önemli boyutlarda etkilenecek yıllar içinde farklılaşmıştır. 1980'lerde çevre ile ilgili sorunların ortaya çıkmaya başlamasıyla birlikte pazarlama stratejisi de değişmek ve dönüşmek durumunda kalmıştır.

Toplumsal pazarlama yönetimi kavramı, ilk kez Kotler ve Levy (1969) tarafından ortaya atılmıştır. Bu öncü makale daha sonra toplumsal pazarlama, sosyal sorumluluk ve pazarlama (Kotler ve Zaltman, 1971), sorumlu tüketim (Fisk, 1973), ekolojik olarak ilgili tüketiciler (Kinnear vd, 1974), ekolojik pazarlama stratejisi (Kassarjian, 1971), marka algıları üzerindeki ekolojik kaygılar (Kinnear ve Taylor, 1973) ve çevre hareketi gibi farklı açılımlarla hız kazanmıştır.

Crane ve Desmond, (2002) bu çabaların, pazarlamanın toplumdaki ahlaki rolü hakkında yapılan eleştirileri ele almaya çalıştığını ve genel pazarlama tanımının çevresel konulara daha fazla duyarlılık gösterecek şekilde değiştirilmesine katkıda bulunduğunu görüşündedir. Başlangıçta alandaki akademisyenlerin dinamizmine rağmen, çevre odaklı çalışmaların uygulanması uzun süre pek yaygınlaşamamıştır (Banerjee, 2002). 1990'larda hükümet, kamu ve şirketlerin çevreyi korumaya yönelik kaygılarının güçlenmesi, toplum ve

özellikle çevre konusunda pazarlama yazınının büyümesini sağlamıştır. Bu araştırma akımı, ekoloji, sosyoloji ve ekonomi gibi çeşitli disiplinlerden gelen yaklaşımlarla gelişmeye devam etmektedir.

ÇEVREYE DUYARLI TÜKETİCİ DAVRANIŞI KAVRAMINA İLİŞKİN TANIMLAR

Çevreye duyarlı davranış, yeşil ürünler olarak da adlandırılan ve çevre üzerinde olumsuz etkiye sahip olmayan ya da mümkün olduğunca az etkiye sahip çevre dostu ürünleri satın almak, tüketmek, çevreye duyarlı ambalajlı ürünleri veya daha az atık üreten ürünleri tercih etmek, enerji tasarruflu aletler kullanmak, atıkları geri dönüşüm için farklı kutularda biriktirmek gibi çevrenin korunmasına yardımcı olacak şekilde hareket etmeyi ifade etmektedir (Mainieri vd., 1997). Bu tanıma göre yeşil satın alma davranışı, tüketim açısından çevreye duyarlı davranışın bir parçası olarak değerlendirilebilir. Genel olarak yeşil ürünler dünyayı kirletmeyen, doğal kaynaklara zarar vermeyen, geri dönüştürülebilen ya da korunabilen ürünleri ifade etmektedir. Piyasadaki yeşil ürünlere örnek olarak "tüketici sonrası plastik veya kâğıttan üretilen ürünler, geri dönüştürülebilir veya yeniden kullanılabilir ambalajlar, enerji tasarruflu ampuller ve biyolojik olarak parçalanabilen, kirletmeyen ve sentetik boya veya parfüm içermeyen bileşenler içeren deterjanlar" verilebilir (Mostafa, 2007). Yeşil ürün, geri dönüştürülebilirlik, yeniden kullanılabilirlik, dayanıklılık, bozunabilirlik veya yeniden doldurulabilirlik, yüksek kalitede yeşil performans, enerji tasarrufu ve geri dönüştürülmüş malzeme kullanımı gibi özellikleri açısından çevresel konuları ifade eder.

Yeşil satın alma davranışı, çevre dostu olan ve/veya ekolojik süreçler ve malzemeler kullanılarak üretilen ürünlerin satın alınması ve kullanılması olarak tanımlanmaktadır (Kilbourne ve Pickett, 2008). Çevresel bilinçle hareket eden tüketiciler, kendilerini çevreye önem veren kişiler olarak görme eğilimindedirler (Thøgersen ve Crompton, 2009). Flatters ve Willmott'un (2009) çalışması, birçok tüketicinin israfı azaltabilecekleri bir yaşam (ışıkları kapatmak, daha fazla geri dönüşüm yapmak ve daha az satın almak) eğilimine sahip olduğunu ve yeşil tüketime büyük bir ilgi gösterdiğini ortaya koymaktadır. Buradan hareketle yeşil satın alma davranışının öncüllerinden birinin bireylerin bu davranıştan duydukları kişisel tatminden hissi olduğunu ortaya koymuşlardır.

Çevreye duyarlı davranış kavramı yazında çeşitli şekillerde ve birbiriyle ilişkili farklı değişkenler (satın alma, yeniden kullanım, geri dönüşüm, ekolojik ürünler için daha fazla ödeme istekliliği; çevresel endişe) aracılığıyla ölçülmüştür. Çevreye duyarlı davranış kavramının analizi farklı ülkelerden farklı yaklaşımlar içermektedir. İspanya'daki bazı araştırmacılar bu kavramı

çevresel sorumluluk düzeyi (Stone vd., 1995) ve ekolojik farkındalık düzeyi (Sanchez vd., 1998) olarak incelemiştir. Tüketicilerin Çevreye duyarlı davranış düzeyini, çevreye yapılan pozitif etkiye aktif veya pasif katkılarını dikkate alarak araştıran başka çalışmalar da vardır. Ayrıca, Uzak Doğu'da yapılan bazı çalışmalar tüketicilerin çevreye duyarlı davranış seviyelerini, geri dönüşüm ve daha az zararlı ürünlerin satın alınmasına yönelik aktif ve olumlu tutumları üzerinden değerlendirmektedir (Ling-yee, 1997).

Çevreye duyarlı davranışın tanımlanması sürecinde, tutum kavramı pek çok farklı çalışmada kendine yer bulmaktadır (Andres ve Salinas, 2007). Tüketicinin çevre dostu ürünlerin satın alınmasına, geri dönüşüme veya çevresel iyileştirmeye yönelik tutumu olumlu bir çevresel tutum olarak değerlendirilmektedir. Granzin ve Olsen (1991), ürünlerin yeniden kullanım ve geri dönüşüm için bağışlanması, aşırı tüketim ve üretimi engellediği için çevresel davranış kapsamında değerlendirmiştir. Diğer yazarlar ise doğal kaynakların korunmasına yönelik çeşitli faaliyetleri ve çevresel kaygıları farklı ekolojik davranışlar olarak değerlendirmiştir (Laroche vd., 2001). Bu farklı çevresel perspektifler değerlendirildiğinde, çevreye duyarlı davranış tanımlanırken belirli bir çevresel eylem ya da davranıştan ziyade geniş bir ekolojik davranış çerçevesinin kavramsallaştırılması gerekliliği ortaya çıkmıştır (Kaiser ve Wilson, 2000).

Axelrod ve Lehman (1993) çevreye duyarlı davranışı "çevrenin korunması ve/veya muhafazasına katkıda bulunan tüm eylemler" olarak tanımlamıştır. Dolayısıyla, çevreye duyarlı tüketici davranışı, çevre dostu ürünler için daha fazla ödeme yapma isteği, geri dönüşüm, çevreye zararlı ürünleri satın almama, çevreye duyarlı ambalajlı ürünleri tercih etme ve satın alırken çevre konularını göz önünde bulundurma gibi genel çevre konuları ve yeşil satın alma davranışı ile ilgili birkaç farklı davranışı içermektedir. Bu bağlamda, çevreye duyarlı davranış, bireyin psikolojisinde enerji tasarrufu, mekanları temiz tutma, israftan kaçınma ve aşırı tüketim gibi çevresel konulara olan duyarlılığını yansıtan bütün bileşenlerden oluşmaktadır (Kilbourne ve Pickett, 2008).

Bireyler dış ve iç dünyalarını (tutum, bilgi düzeyi, kişilik, davranışlar) rasyonel bir şekilde uyumlaştırdıklarında yaşamlarından memnun olurlar. Dolayısıyla, kendi kendine yeterli bir şekilde yaşamak için çevreye duyarlı davranışlar yaşamda bu uyumu sağlamaya yardımcı olabilir (Dierksmeier ve Pirson, 2009). Nitekim çeşitli araştırmalar doğayı önemseyerek ve çevreyi koruyarak yaşam doyumuna ulaşılabileceğini göstermektedir. Çevreye duyarlı davranışın, çevrenin korunmasına katkılarından dolayı tüketicilerin kişisel yaşamlarından memnun olmalarını arttırdığı vurgulanmaktadır. Mayer ve Frantz (2004) konuya farklı bir açıdan yaklaşmış ve insanların doğaya bağlı

hissetmekten bir refah duygusu elde ettiklerini, dolayısıyla doğaya bağlı olan bireylerin daha yüksek düzeyde yaşam memnuniyetine sahip olduklarını savunmaktadır.

Yazındaki çalışmalarda, çevreye duyarlı davranış ve çevre bilincini (çevre sorunlarına ilişkin bilgi düzeyi) ölçmek için bir dizi farklı araç kullanılmıştır. Bunlar doğal kaynaklar ve enerji tüketimi gibi farklı yeşil konuları ne ölçüde içerdiklerine göre değişmektedir. Çalışmaların bir kısmı asit yağmurları (Arcury vd., 1987), geri dönüşüm konuları veya kirlilik (Ramsay ve Rickson, 1976) ile ilgili endişelere ayrı ayrı odaklanırken, diğer çalışmalar bu konularla ilgili çevresel endişe ve çevre sorunları konusundaki bilgi gibi tek bir çevresel ölçekte toplamaktadırlar (Maloney vd., 1975; Witherspoon ve Martin, 1992).

Çevreye duyarlı tüketicilerin sayısı ve dolayısıyla bu bireylerden oluşan tüketici grubu, önlenemeyen doğal afetler ve yok oluşlardan kaynaklanan çevresel kaygıların artması sonucunda her geçen gün büyümektedir. Toplumun tüm kesimleri için (devlet, şirketler, STK'lar, eğitimciler, üniversiteler) bu davranışı ve nedenlerini anlamak ve analiz etmek önemlidir. Böylece duygu, düşünce ve davranışlar arasındaki boşlukları doldurabilmekte ve daha isabetli stratejiler oluşturmak mümkün olabilmektedir.

Günümüzde firma perspektifinden bakıldığında, birçok firmanın çevreci (yeşil) pazarlama kavramını benimsediği ve çevresel konuları pazarda bir rekabet avantajı kaynağı olarak kullandığı görülmektedir. Firmalar, rekabet avantajı elde etmek için sürdürülebilir bir şekilde faaliyet göstermeye isteklidirler. Ancak stratejilerini çevresel konuları dikkate alarak oluşturmaya çalışan firmalar, özellikle talebin değişkenliği, olumsuz tüketici algısı ve yüksek maliyet gibi çeşitli zorluklarla karşılaşmaktadır (Gurau ve Ranchhod, 2005). Yazında da firmaların pazarda rekabetçi kalabilmek için çevresel ve sosyal açıdan daha sorumlu hale gelmeleri gerektiğini savunulmaktadır (Roberts, 1996). Çevreci pazarlamanın kilit noktası ise çevreye duyarlı tüketicilerin karakterize edilmesi şeklinde tanımlanmaktadır.

ÇEVRESEL BİLİNÇ KAVRAMI

1960'larda ABD'de geliştirilen çevre psikolojisi, birey ve bulunduğu çevre arasındaki karmaşık etkileşimleri araştırmaktadır (Kollmuss ve Agyeman, 2010). Doğa ve birey arasındaki etkileşimi de barındırıyor olması nedeniyle çevreye duyarlı davranışlar da çevre psikolojisi alanında da tartışılmaktadır. Son otuz yılda psikologlar, sosyologlar ve pazarlamacılar doğrudan ve dolaylı çevre eylemlerin kökenlerini anlamaya çalışmışlardır. Dolaylı çevresel eylemler arasında para bağıışı, siyasi faaliyetler, çevresel yazılar vb. yer almaktadır. Bunlar önemli olmakla birlikte, çevre üzerinde doğrudan bir etkiye sahip

değildir. Öte yandan, geri dönüşüm, daha az otomobil kullanma, organik gıda satın alma gibi doğrudan çevresel eylemlerin çevre üzerinde doğrudan (bazen çok küçük) etkileri vardır. Çevreci davranışla ilgili literatürde "İnsanlar neden çevre dostu davranırlar ve bu davranışın önündeki engeller nelerdir?" gibi sorulara cevap aranmış ve son derece karmaşık sonuçlara ulaşılmıştır. 'Çevreye duyarlı davranış' kavramı temelde, kişinin eylemlerinin doğal dünya üzerindeki olumsuz etkilerini (enerji tüketimi, toksik olmayan maddelerin kullanımı, atık üretiminin azaltılması) en aza indirmenin yollarını bilinçli olarak arayan davranış anlamına gelmektedir.

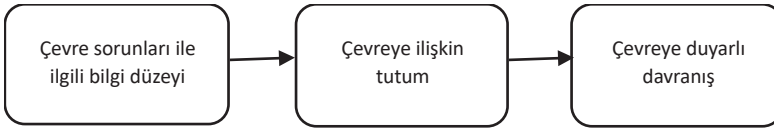
Çevreye duyarlı davranış konusu, bireylerin günlük yaşamlarındaki artan önemi ve etkisi nedeniyle çevresel pazarlama literatüründe çeşitli çalışmalarda araştırılmıştır. Schwegker ve Cornwell, (1991) yaptıkları çalışmada tüketicilerin çevresel bilinçlerini etkileyen faktörleri inceleyen çalışmalara ve çevresel bilinci ölçmek için kullanılan ölçeklere odaklanmıştır. Araştırmaları çevresel bilince sahip bireylerin daha iyi eğitilmiş, daha yüksek gelirli, mesleki ve sosyoekonomik statüye sahip bireyler olduğunu göstermiştir. Ayrıca yazında genç ve politik olarak liberal bireylerin çevre konusunda diğerlerine göre daha endişeli olduğunu ortaya koyan araştırmalar da bulunmaktadır. Demografik değişkenler açısından Kinnear vd. (1974) kişilik değişkenlerinin sosyoekonomik değişkenlere kıyasla çevresel bilince sahip tüketicilerin daha iyi belirleyicileri olduğunu tespit etmiştir. Ancak bu değişkenler çevresel kaygılardaki değişimi açıklamakta sınırlı kalmaktadır (Balderjahn, 1988). Bazı araştırmalar ise sosyal sorumluluk duygusu ile çevreye duyarlı davranış arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur (Schwegker ve Cornwell, 1991). Bu nedenle, toplumla ilgili faaliyetlere yüksek oranda katılan, sosyal sorumluluk sahibi olan kişilerin ekolojik ambalajlı ürünleri daha çok talep edeceği sonucuna da varılmıştır.

Çevresel bilinci anlayabilmek adına pek çok kişilik değişkeni incelenmiş olsa da özellikle kontrol odağı (Kinnear at al., 1974) daha fazla öne çıkmıştır. Balderjahn (1988), ekolojik bilince sahip tüketiciler üzerine yaptığı çalışmada kontrol odağına benzer bir ölçüm olan ideoloji kontrolünü (ideology control) kullanmıştır.

Çevreye duyarlı davranış anlamak için çok sayıda araştırma gerçekleştirilmiş ve bu konu farklı kavramsal çerçevelerde tartışılmıştır. Çalışmanın bir sonraki aşamasında, çevreye duyarlı davranış analiz etmek için en yaygın olarak kullanılan çerçevelerden birkaçı ve çevreye duyarlı davranış üzerinde (olumlu ya da olumsuz) etkisi olduğu tespit edilen faktörler açıklanacaktır.

ÇEVREYE DUYARLI TÜKETİCİ DAVRANIŞI İLE İLGİLİ YAZIN VE KAVRAMSAL ÇERÇEVELER

Çevreye duyarlı davranışın en eski ve en basit modelleri, çevresel farkındalık ve endişeye (çevresel tutumlar) yol açan doğrusal bir çevresel bilgi modeline dayanmaktadır. Bu modeller, insanları çevresel konular hakkında eğitmenin çevresel davranışla sonuçlanacağını varsaymıştır (Kollmuss ve Agyeman, 2010). 1970'lerin başlarında ortaya çıkan bu modeller çevre sorunlarına ilişkin bilgi, çevresel tutum ve çevreye duyarlı davranış arasında doğrusal bir ilişki kurmaktadır (Şekil 1). Günümüzde halen çevre konusunda çalışan pek çok sivil toplum kuruluşu, daha fazla bilginin daha sorumlu davranışlara yol açacağı varsayımıyla iletişim kampanyalarında bu modeli temel almaktadır. Owens vd. (2000) araştırmalarında hükümetlerin de bu modeli kullandığını, örneğin İngiltere hükümetinin 1970'lerin ortalarında sürdürülebilir kalkınma konusunda kamu anlayışı yaratmak için 'Save It' enerji tasarrufu kampanyasını yürüttüğünü belirtmiştir.



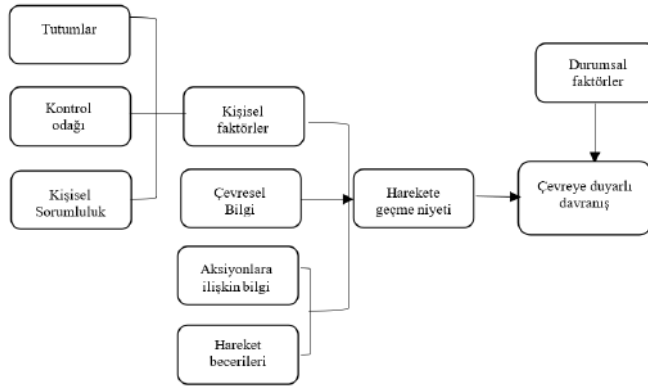
Şekil 1: Çevreye Duyarlı Davranış İnceleyen İlk Modeller

Kaynak: Kollmuss and Agyeman (2010)

Kinnear vd. (1974) çalışmalarında, tüketicilerin sosyoekonomik ve kişilik özellikleri ile hissettikleri çevresel (ekolojik) kaygı arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Araştırmalarında ekolojik kaygı kavramını iki boyut çerçevesinde (tüketicinin tutumunun çevreye yönelik kaygı içermesi ve çevresel ürünlere yönelik satın alma davranışına eğilim) araştırmışlardır. Çevresel (ekolojik) kaygının davranışsal ve tutumla ilgili ölçümelerini bir ekolojik kaygı endeksinde birleştirmişler ve yirmi bağımsız değişken üzerinden çevresel (ekolojik) kaygı endeksinin oluşturmuşlardır. Bu değişkenlerin yedisi demografik (yaş, eğitim, meslek, gelir vb.), on ikisi kişilik ölçeklerinden (benlik saygısı, hoşgörü, kaygı, isyankârlık ve depresyon ölçekleri vb.) oluşmaktadır. Kinnear vd. (1974) daha önce hiç kullanılmamış olan algılanan tüketici etkinliği kavramını yazına kazandırmışlardır. Algılanan tüketici etkinliği, Algılanan tüketici etkinliği, bir bireyin kendi çabalarının, bir sorunun çözümünde fark yaratabileceğine dair duyduğu inanç olarak tanımlanmaktadır. Çevreye duyarlı davranışlar bağlamında değerlendirildiğinde bu kavram bir bireyin kendi davranışları ile çevreye ilişkin sorunları azaltmada ne ölçüde etkili olabileceğine

inandığının bir ölçüsü olarak değerlendirilmektedir. Henion ve Wilson (1976) araştırmalarında bu değişkeni kontrol odağı kavramıyla ilişkilendirmiş, Balderjahn (1988) ise çalışmasında bu değişkeni ideoloji kontrolü olarak adlandırmıştır. Bu çalışmaların sonucunda, çevre sorunları ile ilgili kaygı duyan ve çevreye duyarlı davranışlar sergileme eğiliminde olan tüketicilerin; yüksek gelir grubunda, yüksek algılanan tüketici etkinliğine sahip, entelektüel meraklarını tatmin etme ihtiyacı duyan (anlayış), kişisel güvenliklerini sağlama ihtiyacı bulunan (zarardan kaçınma) ve yeni fikirlere açık (tolerans) tüketiciler olduğu sonucuna varılmıştır.

Çevreye duyarlı tüketici davranışlarını inceleyen çalışmalar genel olarak Ajzen ve Fishbein'in planlı davranış teorisine (Theory of Planned Behavior) dayanan düşünülmüş eylem teorisi (Theory of Reasoned Action) üzerinden bu davranışı araştırmıştır. Hines vd. (1987) yüz yirmi sekiz çevresel davranış araştırmasını kapsayan bir meta analiz incelemesi gerçekleştirmiş ve çevreye duyarlı davranışı anlamak için tutum, kontrol odağı, kişisel sorumluluk algısı, eylem becerileri, çevre sorunlarına ilişkin bilgi düzeyi, niyetler ve durumsal faktörlerin kullanıldığını ortaya koymuştur (Şekil 2).



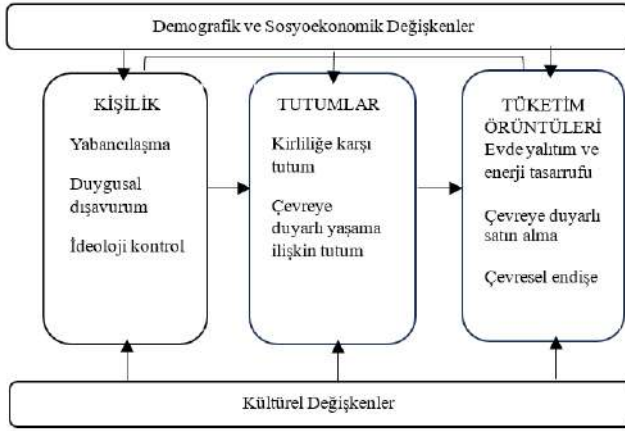
Şekil 2: Çevreye Duyarlı Davranışı Etkileyen Faktörler

Kaynak: Hines vd. (1987)

Modelleri diğerlerinden daha sofistike görünse de belirlenen faktörler çevresel davranışı yeterince açıklayamamıştır. Kollmuss ve Agyeman (2010) tutumlar ve niyetler ile niyetler ve gerçek sorumlu davranışlar arasındaki ilişkinin çok zayıf olduğunu savunmaktadırlar.

Balderjahn (1988), tüketicilerin çevre bilincinin belirleyicilerine ilişkin daha net bir anlayış sunmak ve çevreye duyarlı davranışı etkileyen faktörleri anlamak için demografik, sosyoekonomik, kişilik ve çevresel tutum değişkenlerini kullanarak

nedensel bir model geliştirmiştir. Bu çalışma kapsamında, çevreye duyarlı tüketicilerin aktif bireyler oldukları, alışılmış davranışlara daha fazla yabancılaştıkları, olumsuz sosyal koşulları değiştirme gücüne sahip olduklarına inanan (yüksek algılanan tüketici etkinliği) içten kontrollü kişiler oldukları sonucuna ulaşmıştır. Tüketim kalıplarından biri de ürünlerin ekolojik olarak satın alınması ve kullanılmasıdır. Balderjahn (1988) çevreye duyarlı davranışın içinde değerlendirilen ekolojik ürün satın alma davranışını geri dönüştürülebilir, çevreye zararsız ambalajlı ürün satın alma, daha az deterjan kullanma boyutları üzerinden değerlendirmiş ve özellikle ambalajla ilgili duyarlılığın nispeten daha fazla olduğu sonucuna varmıştır. Çalışma sonucunda, algılanan tüketici etkinliğinin çevreye duyarlı davranışın en güçlü belirleyicisi olduğu ortaya koyulmaktadır. Bu sonuca göre, bir tüketici davranışlarının bir değişim yaratma gücüne ne kadar inanırsa, çevreyi kirletmeyen ürünleri o kadar çok satın alma ve kullanma eğilimindedir. Balderjahn (1988) araştırması ayrıca eğitim seviyesi yükseldikçe enerji tasarrufunun arttığını da göstermektedir.



Şekil 3: Kişilik ve Tutumların Dahil Edildiği Araştırma Modeli

Kaynak: Balderjahn vd. (1988)

Sonuçlar, çevreye duyarlı tüketiciyi anlamada demografik değişkenlerin sosyopsikolojik değişkenler kadar önemli olmadığını göstermiştir. Balderjahn (1988) çalışmasını Almanya'da gerçekleştirmiş ve kullanılan ideoloji kontrolü değişkenini çevre kirliliğine karşı tutum ve çevreye duyarlı davranışa karşı tutumu belirleyen bir kavram olarak ortaya koymuştur, bu değişken daha sonra ABD'de de çevreye duyarlı davranış belirleyen önemli kavramlardan biri olarak incelenmiştir.

Schwepker ve Cornwell (1991), ürünlerin etkin kullanımını sağlayan ve daha az atığa yol açan ekolojik ambalajlı ürünlerin tüketici tüketim kalıplarına ilişkin kapsamlı bir anlayış geliştirmeye çalışmaktadır. Araştırmalarında ekolojik kaygıları olan tüketicilerin genel özelliklerini ve çevre dostu ambalajları satın alma niyetlerini araştırmış ve çevreye duyarlı tüketicileri tanımlamayı amaçlamışlardır. Ekolojik olarak bilinçli tüketicileri belirlemek için gerçekleştirdikleri bu çalışmada sosyoekonomik ve demografik (yaş, gelir, eğitim, medeni durum, cinsiyet, ırk, ikamet yeri), kişilik (yabancılaşma, kontrol odağı), tutum (çöplere karşı tutum, ekolojik olarak bilinçli yaşama karşı tutum, kirlilik algısı) değişkenlerinin etkisini incelemektedirler. Çalışmanın sonucunda, ekolojik olarak paketlenmiş ürünleri satın almaya istekli tüketicileri belirlemek adına sosyopsikolojik değişkenleri kullanmanın etkili olduğu ortaya konmaktadır. Araştırmada, kontrol odağına sahip, çevre kirliliği konusunda endişe duyan, çevre konusunda sorunlar olduğuna inanan ve ekolojik olarak bilinçli yaşama yönelik olumlu bir tutuma sahip bireylerin ekolojik olarak paketlenmiş ürünleri satın alma eğilimlerinin daha fazla olduğunu sonucuna varılmaktadır. Dolayısıyla, bireylerin çevre sorunları ile ilgili bilgi seviyeleri arttıkça, çevre dostu ürünleri daha fazla satın alma eğiliminde olmaktadırlar. Bu açıdan değerlendirildiğinde, mevcut durumda çevreye duyarlı davranışlar sergilemeyen bireylerin, çevre konusundaki problemlerin ciddiyeti noktasında ikna edilebildiklerinde, çevreye duyarlı davranışlar sergileme potansiyeline sahip oldukları sonucuna varılmaktadır.

Bir başka araştırmada Schlegelmilch ve Diamantopoulos (1996), çevre bilincine özgü değişkenlerin tüketicilerin çevreye duyarlı satın alma kararlarını karakterize etmek için uygun olup olmadığını tanımlamaya çalışmaktadırlar. Bu çalışmalarında, çevre sorunları ile ilgili bilgi, tutum ve davranış kavramlarının çevreye duyarlı satın alma eğilimi üzerine etkisini araştırmışlardır. İngiltere'deki pazarlama öğrencileri ve tüketiciler ile gerçekleştirdikleri bu çalışma sonucunda tüketicilerin çevre sorunları ile ilgili bilgilerinin satın alma kararlarını etkilediğini sonucuna varılmaktadır. Bulgular ayrıca tutumların (özellikle çevresel kaygıların) çevreye duyarlı davranışın en tutarlı belirleyicisi olduğunu ortaya koymuştur. Araştırmacılar ayrıca, çevre dostu ürünler için pazar penetrasyonunu artırmayı hedefleyen firmalara, bu ürünlerin kalite ve performansına ilişkin tüketici endişelerini azaltmaya yönelik kampanyalar gerçekleştirmeleri gerektiğinin tavsiye etmektedirler.

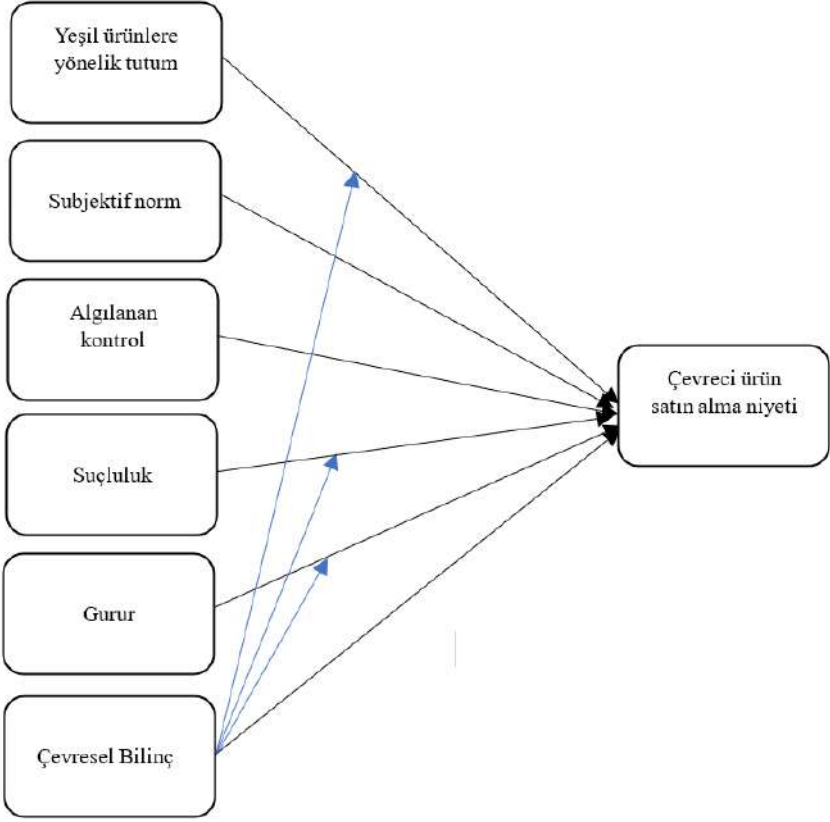
Leonidou vd. (2010) çevreye duyarlı davranışı dört ana bölümden (öncül değişkenler, tutumlar, davranışsal faktörler, sonuçlar) oluşan kavramsal bir çerçeve kapsamında incelemişlerdir. Öncül değişkenler, kültürel (kolektivizm ve uzun vadeli yönelim), politik (politik eylem ve liberalizm) ve etik (deontoloji ve yasalara itaat) olmak üzere üç gruptan oluşmaktadır. Leonidou vd. (2010) çevreye duyarlı davranışa ilişkin 'içe dönük', yani bireysel tüketiciler tarafından çevre sorunlarının

iyileştirilmesine yönelik tutumlar ve 'dışa dönük', yani çevrenin korunması için gereken sosyal, politik ve yasal değişiklik ihtiyacına ilişkin tutumlar olarak iki grupta incelemektedir. Davranışsal faktörler tüketicinin çevreye duyarlı davranışını içerir; bu davranış 'yeşil satın alma', yani kişisel alana giren ve doğal çevre üzerinde doğrudan etkisi olan faaliyetler veya 'genel çevresel davranış', yani kamusal alana giren ve doğal çevreyi etkileyerek dolaylı etkisi olan faaliyetler olabilir.

Leonidou vd. (2010) çalışmasının sonuçları, gerek kişisel satın alma kararları verirken (içe dönük), gerekse toplumla ilgili konuları genel olarak değerlendirirken (dışa dönük), belirli kültürel, siyasi ve etik faktörlerin tüketiciler tarafından çevresel bir tutumun benimsenmesinde etkili olduğunu ortaya koymaktadır. Bu bağlamda, bireyin kolektivist, uzun vadeli planlar yapan, deontolojik ve yasalara itaatkar olması durumunda çevreye duyarlı bir tutumun ortaya çıkması daha olasıdır. Bu tutumun yönü, içe veya dışa doğru, tüketici davranışının sonuçları üzerinde etkili olabilmektedir. İçe dönük bir çevresel tutum, yeşil satın alma davranışını ve ürün memnuniyetini artırmasına rağmen; dışa dönük bir çevresel tutum ise genel çevresel eylemlere neden olacak ve bu da nihayetinde daha fazla yaşam memnuniyetine yol açacaktır. Leonidou vd. (2010) araştırmalarında bir bireyin aynı anda hem içe dönük hem de dışa dönük çevresel tutumlar sergileyebileceğini ve bunların her birinin davranışın farklı bir yönünü etkileyebileceğini ortaya kaymaktadır. İçe dönük çevresel tutum daha çok yeşil satın alma davranışı ile ilişkiliyken, dışa dönük çevresel tutum esas olarak genel çevreci davranışı ifade etmektedir.

Bu çalışmanın bulguları, literatürde zaman zaman atıfta bulunulan ve ekolojik kaygıları olan tüketicilerin satın alımlarında sürekli olarak çevre dostu ürünleri tercih etmedikleri yönündeki bir sorunun çözümüne kısmen yardımcı olmaktadır (Kilbourne ve Pickett, 2008). Başka bir deyişle, dışa dönük çevreci tutuma sahip bir kişi genel çevreye karşı dostane bir şekilde davranırsa da içe dönük yeşil bir tutumun gelişmesinin sonucu olan yeşil bir satın alma davranışı sergileyebilir.

Özellikle son dönemde yapılan çalışmalar duygusal ve bilişsel süreçlerin çevreye duyarlı davranışı anlama noktasında etkileşimli olarak incelenmesi gerektiğinin altını çizmektedir. Salem vd. (2022), mevcut literatüre dayanarak, çevreye duyarlı tüketici davranışı sergileme (çevreci ürün satın alma) niyetinin bilişsel ve duygusal faktörlerin etkileşiminden kaynaklandığını savunmaktadır. Bu çalışmada iki tür öz-bilinçli duygu (olumsuz duygu- suçluluk ve olumlu duygu- gurur) planlı davranış teorisi temelinde eş zamanlı olarak ele alınmaktadır. Bu çalışma ayrıca, sırasıyla çevre bilinci, gurur, suçluluk ve tutumun çevreci ürünler satın alma (yeşil ürün satın alma) niyeti üzerindeki etkileşimini araştırmaktadır.



Şekil 4: Gurur ve Suçluluk Kavramlarını İçeren Çevreye Duyarlı Davranış Modelleri

Kaynak: Salem, Ishag ve Rıza (2022)

Çalışmanın bulguları, duygular (gurur ve suçluluk) ve çevre bilincinin modele eklenmesi ile birlikte, önceki araştırmalara kıyasla, planlı davranış teorisi modelinin açıklayıcı gücünün arttığını göstermektedir. Salem vd.'nin genişletilmiş planlı davranış modeli adını verdikleri bu model, yeşil ürün satın alma davranışının %74'ünü açıklayabilmektedir. Bu oran, orijinal planlı davranış modeline kıyasla neredeyse %10'luk bir artış anlamına gelmektedir. Araştırma sonuçları, çevre bilincinin yeşil ürün satın alma davranışını güçlü bir şekilde etkilediğini, bunu tutum ve duyguların izlediğini ortaya koymaktadır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Yazında yapılmış çalışmalar önemli sonuçlar sağlamış olsa da henüz araştırılması gereken pek çok farklı kavram olduğu görülmektedir. Mevcut

çalışmaların sonuçları incelendiğinde, kişilik, yaş, eğitim ve cinsiyet grupları arasında anlamlı farklar olduğu görülmektedir. Özellikle kadınlarda algılanan tüketici etkinliğinin yaş ve eğitim seviyesinin artması ile paralel olarak arttığı görülmektedir (Altınığne ve Bilgin, 2012). Genellikle yüksek eğitim grubundaki bireyler doğal olarak diğer katılımcılardan yaşça daha büyük olduğundan, bu farkın eğitimden mi yoksa yaştan mı kaynaklandığı net olarak belirlenememiştir. Bu nedenle, bu sonuçların arkasındaki gerçek nedeni anlamak için yaş ve eğitim düzeyi konusunda daha büyük farklılıklar içeren başka bir çalışma yapılabilir.

Yapılan çalışmalarda bireylerin çevre sorunları ile ilgili bilgi seviyelerinin, çevreye duyarlı davranış üzerindeki etkisi belirgin bir şekilde ortaya koyulmaktadır. Ancak bu bilgiye sahip bireyler çevreye duyarlı tutumlar geliştirebilir bile çoğu zaman bu tutumun davranışa dönüşmesi noktasında sorunlar gözlemlenmektedir. Bu durumda sorulması gereken soru, çevreye duyarlı tutumlar geliştiren bireylerin neden çevreye duyarlı davranışlar sergilemediğidir. İlk bakışta bunun nedeni çevreci ürünlerin fiyatlarının yüksek olması olarak görülebilir, ancak çevreye duyarlı davranış kapsamında değerlendirilen geri dönüşüm veya diğer bazı çevreye duyarlı davranışlar için bu neden geçerli olmamaktadır. Çevre konusunda bilgi sahibi olmanın itici gücünü kullanabilmek adına çevre sorunları hakkında eğitici etkinlikler düzenlemek ve gençleri toplumun yararına olacak şekilde davranmaya teşvik etmek gerekli görünmektedir.

Sayırsız seçeneklerle çevrilmiş günümüz tüketicisinin bu ürünlerden bazılarını rakiplerinden daha fazla tercih ediyor olmalarının nedenlerinden en önemlisi rekabet avantajıdır. Çevresel konuları dikkate almak şirketler için bir rekabet avantajı yaratarak farklılaşma stratejileri içinde kullanabilmektedir. Firmalar, sosyal sorumluluk kampanyaları düzenleyerek, çevresel etkinliklerde sponsorluk sağlayarak, geri dönüştürülmüş veya geri dönüştürülebilir ambalajlar kullanarak çevre ile ilgili sorunların çözümüne çeşitli şekillerde katkıda bulunabilmektedirler. Tüketicilerin giderek artan çevreci yaklaşımlar içeren ürün ve hizmet taleplerine uygun deneyimler sunan firmalar gerek müşteri memnuniyeti ve sadakati gerek müşteri katılımı noktasında avantajlı durumda olacaktırlar.

REFERANSLAR

1. Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
2. Altınigne, N. (2012). *Visualizing the factors affecting environmentally conscious behavior*. (Dissertation, Marmara Üniversitesi (Turkey).
3. Altinigne, N. ve Bilgin, F. Z. (2015). The Relationship between perceived consumer effectiveness and environmental attitudes of university students. In *International Marketing Trend Congress, 2015*.
4. Andrés,E. ve Salinas, E. (2009). Factors affecting corporate environmental strategy in Spanish industrial firms. *Business Strategy and the Environment*, 18 (8), 500–514.
5. Arcury, T. A. ve Johnson, T. P. (1987). Public environmental knowledge: A statewide survey. *The Journal of Environmental Knowledge*, 18(4), 31-37.
6. Axelrod, L. S. ve Lehman, D. R. (1993). Responding to environmental concerns: What factors guide individual action? *Journal of Environmental Psychology*, 13, 149-159.
7. Balderjahn, I. (1988). Personality variables and environmental attitudes as predictors of ecologically responsible consumption patterns. *Journal of Business Research*, 17, 51-6.
8. Banerjee, S.B. (2002). Corporate environmentalism: The construct and its measurement. *Journal of Business Research*, 55 (3), 177-191.
9. Banerjee, S.B.,Iyer, E. ve Kashyap, R. (2003). Corporate Environmentalism: Antecedents and Influence of Industry Type. *Journal of Marketing*. 67 (2), 106-122.
- 10.Crane, A. ve Desmond, J. (2002). Societal marketing and morality. *European Journal of Marketing*, 36 (6), 548 – 569.
- 11.Dierksmeier, C. ve Pirson, M. 2009. Oikonomia versus chrematistike: Learning from Aristotle about the future orientation of business management. *Journal of Business Ethics*, 88, 417–430.
- 12.Eorubarometer Special Surveys.
http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb_special_379_360_en.htm
(25.02.2022).
- 13.Fishbein, M. ve I. Ajzen. (1975). Belief, attitude, intentions, and behaviour: An introduction of theory and research. MA: Addison-Wesley.
- 14.Fisk, G. (1973). Criteria for a theory of responsible consumption. *Journal of Marketing*, 37(2), 24-31.
- 15.Flatters, P. ve Willmott,M. (2009). Understanding the post-recession consumer. *Harvard Business Review*, 87 (7/8).

16. Granzin, K.L. ve Olsen, J.E. (1991). Characterizing participants in activities protecting the environment: A focus on donating, recycling and conservation behaviors. *Journal of Public Policy and Marketing*, 10(2) (Fall), 1-27.
17. Gurău C. ve Ranchhod A. (2005). International green marketing: A comparative study of British and Romanian firms. *International Marketing Review*, 22(5), 547-562.
18. Henion, K. E., ve Wilson, W. H. (1976). The ecologically concerned consumer and locus of control. In K. E. Henion ve T. C. Kinnear (Eds.), *Ecological Marketing*. American Marketing Association, 131-144.
19. Hines, J. M., Hungerford, H. R. ve Tomera, A. N. (1987). Analysis and synthesis of research on responsible environmental behaviour: A meta-analysis. *Journal of Environmental Education*, 18, 1-8.
20. Ramsey, Charles E. ve Roy E. Rickson. (1976). Environmental knowledge and attitudes. *Journal of Environmental Education*, 8, 10-18.
21. Jackman, K. (2012). Climate change and an inconvenient truth.
22. <http://www.examiner.com/article/climate-change-and-an-inconvenient-truth> (25.07.2022)
23. Kaiser, F. G. ve Wilson, M. (2000). Assessing people's general ecological behavior: A cross-cultural measure. *Journal of Applied Social Psychology*, 30, 952-978.
24. Kassarijian, H. (1971). Incorporating ecology into marketing strategy the case of air pollution, *Journal of Marketing*, 35 (July), 61-65.
25. Kilbourne, W. ve Pickett, G. (2008). How materialism affects environmental beliefs, concern, and environmentally responsible behavior. *Journal of Business Research*, 61, 885-893.
26. Kinnear, T. ve Taylor, J. (1973). The effect of ecological concern on brand perceptions. *Journal of Marketing Research*, 10 (May), 191-198.
27. Kinnear, T., Taylor, J. ve Ahmed, S. (1974). Ecologically concerned consumers: Who are they. *Journal of Marketing*, 38 (April). 20-24.
28. Kollmuss, A. ve Agyeman, J. (2002). Mind the gap: Why do people act environmentally and what are the barriers to pro-environmental behavior. *Environmental Education Research*, 8 (3), 239 — 260
29. Kotler, P. ve Levy, S. (1969). Broadening the concept of marketing. *Journal of Marketing*, 33 (January), 10-15.
30. Kotler, P. ve Zaltman, G. (1971). Social marketing: An approach to planned social change. *Journal of Marketing*, 35 (July), 3-12.
31. Laroche, M., Bergero, J. ve Barbarot-Forleo, G. (2001). Targeting consumers who are willing to pay more for environmentally friendly products. *Journal of Consumer Market*, 18, 503-520.

32. Laroche, M., Tomiuk, M., Bergeron, J. ve Barbaro-Forleo, G. (2002). Cultural differences in environmental knowledge, attitudes, and behaviours of Canadian consumers. *Canadian Journal of Administrative Science*, 19(3), 267-283.
33. Leonidou, C.N. ve Leonidou L.C. (2011). Research into environmental marketing/management: A bibliographic analysis. *European Journal of Marketing*, 45, (1/2), 68-103.
34. Leonidou, L.C., Leonidou, C.N. ve Kvasova, O. (2010). Antecedents and outcomes of consumer eco-friendly attitudes and behavior. *Journal of Marketing Management*, 26 (13-14), 1319-1344.
35. Ling-Yee, L. (1997). Effects of collectivist orientation and ecological attitude on actual environmental commitment: The moderating role of consumer demographics and product involvement. *Journal of International Consumer Marketing*, 9, 31-53.
36. Mainieri, T., Barnett, E. G., Valdero, T. R., Unipan, J. B. ve Oskamp, S. (1997). Green buying: The influence of environmental concern on consumer behavior. *Journal of Social Psychology*, 137(2), 189-204.
37. Maloney, M.P., Ward, M.P. ve Braught, G.N. (1975). A revised scale for the measurement of ecological attitudes and knowledge. *American Psychologist*, 30 (July), 787-90.
38. Mayer, S. F. ve Frantz, C. M. (2004). The connectedness to nature scale: A measure of individuals' feeling in community with nature. *Journal of Environmental Psychology*, 24, 503-515.
39. Mostafa, M.M. (2007). A hierarchical analysis of the green consciousness of the Egyptian consumer. *Psychology & Marketing*, 24 (5), 445-473.
40. Mostafa, M.M. (2007). Gender Differences in Egyptian consumers' green purchase behaviour: The effects of environmental knowledge, concern and attitude. *International Journal of Consumer Studies*, 31, 220-229.
41. Roberts, J.A. (1996). Green consumers in the 1990s: Profile and implications for advertising. *Journal of Business Research*, 36(3), 217-31.
42. Sanchez, J. ve Burger, J. (1998). Fishing, consumption, and risk perception in fisher folk along an east coast estuary. *Environmental Responsibility*, 77 (1), 25-35.
43. Haj-Salem, N., Ishaq, M. I. ve Raza, A. (2022). How anticipated pride and guilt influence green consumption in the Middle East: The moderating role of environmental consciousness. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 68, 103062.

44. Schlegelmilch, B.B., Bohlen, G.M. ve Diamantopoulos, A. (1996). The link between green purchasing decisions and measures of environmental consciousness. *European Journal of Marketing*, 30(5), 35-55.
45. Schwepker, C.H. ve Cornwell, T.B. (1991). An examination of ecologically concerned consumers and their intention to purchase ecologically packaged products. *Journal of Public Policy and Marketing*, 10, 77-101.
46. Stone, George, James H. Barnes ve Montgomery, C. (1995).
47. ECOSCALE: A Scale for the measurement of environmentally responsible consumers. *Psychology and Marketing*, 12, 595-612.
48. Thøgersen, J.B. ve Crompton, T. (2009). Simple and painless? The limitations of spillover in environmental campaigning. *Journal of Consumer Policy*, 32, 141-163.
49. Witherspoon, S. ve Martin, J. (1992). What do we mean by green? In Jowell, R., Brook, L., Prior, G. ve Taylor, B. (eds) British Social Attitudes - the 9th Report. *Social and Community Planning Research*, Cambridge.

70. Bölüm

Belen (Hatay)'in Tarihi Varlıklarının Kültürel Turizm Açısından İncelenmesi

Nihat DEMİRTAŞ¹

Yeliz SEVİM²

1 Doç. Dr., İskenderun Teknik Üniversitesi, Turizm Fakültesi, ORCID: 0000-0002-4245-6909, nihat.demirtas@iste.edu.tr

2 Yüksek lisans Öğrencisi, İskenderun Teknik Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Turizm ve Otel İşletmeciliği, ORCID: 0000-0003-3823-3056, yelizsevim@gmail.com

ÖZET

Hatay ilinin ilçesi olan Belen, kültürel varlıkları ve stratejik konumu sayesinde önemli bir turizm potansiyeline sahiptir. Orta Doğu'yu Akdeniz ve İç Anadolu bölgelerine bağlayan tek geçit noktası konumunda olan Belen'in kültür turizmi, kültürel değerlerin korunması ve milli gelir elde edilmesi açısından büyük bir öneme sahiptir. Bu araştırmanın amacı, Belen ilçesinin kültürel varlıklarını inceleyerek turizm potansiyelini ortaya çıkarmak ve kültürel turizm açısından kullanım olanaklarını belirlemektir. Çalışma için ilgili kurum ve kişilerle görüşmeler yapılmış ve tarihi mekânların fotoğrafları çekilmiştir. Toplanan verilere dayanarak ilçenin güçlü ve zayıf yönlerini (Strengths & Weaknesses) dış çevredeki fırsatlarını ve tehditlerini (Opportunities & Threats) değerlendirmek amacıyla SWOT analizi yapılmış ve elde edilen bulgulara göre Belen ilçesinin zengin tarihi ve kültürel mirasına dikkat çekilmesi gerektiği ve bu mirasın önemli bir turizm potansiyeline sahip olduğu belirtilmiştir. İlçede bulunan Kanuni Sultan Süleyman Kervansarayı Han ve Camisi, Bakras Kalesi, Abdurrahman Paşa Türbesi gibi tarihi yapılar, ilçenin zenginliğini ve kültürel değerlerini yansıtmakla birlikte geçmişle gelecek arasında önemli bir köprü vazifesi gördüğü de anlaşılmıştır. Elde edilen veriler doğrultusunda Belen ilçesinin kültür turizmi açısından önemli bir yere sahip olduğu ortaya çıkmıştır. Ancak ilçenin tarihi ve turistik potansiyelinin yeterince değerlendirilmediği ve göz ardı edildiği değerlendirilmekte ve turizm açısından sahip olduğu büyük potansiyelin henüz tam olarak kullanılamadığını ve ilçenin turizm alanında daha fazla fırsatları değerlendirmesi gerektiğini göstermektedir. İlçenin kültürel mirasının korunması, tanıtılması ve turizm açısından geliştirilmesi gerektiği konusunda bir farkındalık oluşturularak sahip olduğu zenginliklerin ve turistik potansiyelin ön plana çıkarılması hem ilçenin ekonomisine katkı sağlayacak hem de turistler için ilgi çekici bir destinasyon oluşturacağı sonucu ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kültürel turizm, tarihi ve kültürel varlıklar, SWOT, Belen

JEL kodu: L83

GİRİŞ

Genel olarak kültür turizmi, seyahat etmenin önemli motivasyonların birisidir. Bu bağlamda yöreye ait yaşam tarzını anlamak ve yaşam biçiminin özelliklerini temsil eden her öğeyi anlamlandırmak için belirli bir varış noktasına seyahat etmek olarak tanımlanabilir (McIntosh ve Goeldner, 1990, s. 10)

Kültür turizmi; kişisel olarak tarihi ve kültürel miras konusunda farkındalığı artırmak için önemli bir unsur olduğu gibi yerel halkın da yaşam kalitesini iyileştirmeye yöneliktir (Cave, Ryan ve Penakara, 2003, s. 371). Kültür turizmi, yerel halkın yaşam biçimini ve geleneklerini en iyi aktarabilen turizm ürünüdür. Çeşitlilikten beslenir ve uygulandığı alana birçok fayda sağlar (Saarinen, Moswete ve Monare, 2014, s. 362).

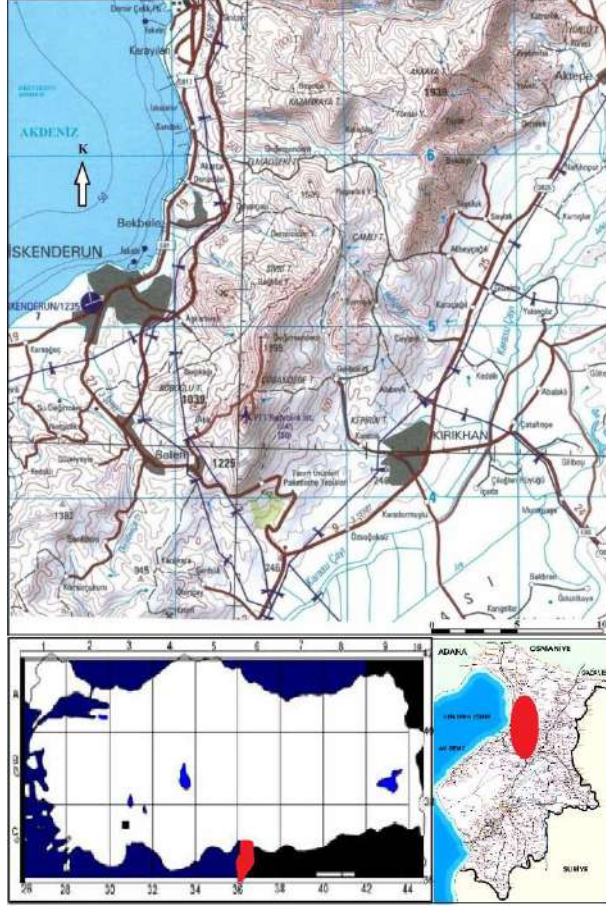
1516 yılında yapılan Mervidabık Savaşı ile Osmanlı topraklarına katılan ve eski çağlardaki adı, Pylae Syriae (Suriye Kapısı) olan Belen ilçesi, Abbasilerin Bizans'a karşı olan Avasım (sınır bölgesi) içinde yer aldığı dönemde "Bab-ı İskenderun" yahut "Maziku Bagras" adlarıyla bilinmektedir. Sancak Beyi Abdurrahman Paşa sayesinde 1770 yılında daha da genişleterek "Beylan" olarak anılmaya başlanmıştır (Belen Kaymakamlığı, 2020)

1520 yılında Kanuni Sultan Süleyman zamanında kurulduğu belirtilen Hatay ilinin Belen ilçesi eski çağlardan ve Osmanlı İmparatorluğu döneminden kalma birçok tarihi eseri barındırmaktadır.

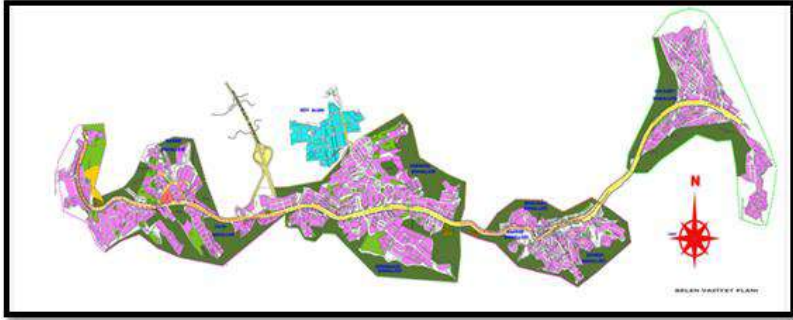
Konum olarak ilçenin kuzeyinde İskenderun, doğusunda Kırıkhan, batısında Arsuz, güneyinde Antakya ve güneybatısında Samandağ ilçeleri bulunmaktadır. Hatay havaalanına 30 km, İskenderun'a 15 km, il merkezi Antakya'ya 50 km mesafededir (Şekil 1).

Yazları serin bir iklime sahip olması dolayısı ile bir sayfiye yeridir. Bu yönü ile gerek il dışından gerekse de İskenderun ve Kırıkhan ilçelerinden yaz aylarında Atık, Soğukoluk, Müftüler ve Halilbey Mahallelerine yönelim olmakta ve buna bağlı olarak ilçe nüfusu artmaktadır (Hatay Valiliği, 2020).

İlçe halkının çoğunluğu, başta sanayi tesisleri olmak üzere İskenderun, Payas ve Osmaniye'de bulunan iş yerlerinde, bir kısmı ilçe merkezinin yol güzergâhı üzerinde bulunması dolayısıyla esnaf olarak, kırsalda ise tarım ve hayvancılık faaliyeti icra ederek çalışma hayatını sürdürmektedir (Belen Kaymakamlığı, 2018a).



Harita 1. Belen İlçesi Yer Buldur Haritası
Kaynak: (Kayıkçı, 2014, s.9).



Harita 2. Belen Vaziyet Planı
Kaynak: Belen Belediyesi, 01.08.2021

Hatay'ın bu güzide yayla ilçesi Amanos dağlarının geçit verdiği Belen geçitinde yer almaktadır (Harita-2). Belen Geçidi'nden genellikle sonbahar ve bazen ilkbahar aylarında aralarında pelikan, karaleylek, leylek, turna, arı şahini, yoz atmaca ve küçük orman kartalı gibi farklı tür kuşların göç ettiği bilinmektedir (8günhaber, 2020).

Türkiye Turizm Stratejisi 2023 hedefleri arasında Hatay ili kültür turizmi canlandırılarak marka kültür kentlerinin oluşturulması hedefi bulunmaktadır. (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007). Bu bağlamda Hatay'ın Belen ilçesi kervansaray, hamam, cami, türbe, kale ve şehitler abidesi gibi tarihi eserleri barındırmaktadır. Bunun yanı sıra yemek, halk oyunları, el sanatları, adet ve görenek gibi kültürel değerleri mevcuttur. Sahip olduğu tarihi ve kültürel eserlerle Türkiye Turizm Stratejisi 2023 hedeflerine ulaşmada önemli bir katkı sunabilecektir.

Araştırmada Orta Doğuyu Akdeniz ve İç Anadolu Bölgelerine bağlayan yegâne geçit noktası konumunda olan Hatay'ın Belen ilçesinin kültürel varlıklarının turizm açısından incelenerek turizm potansiyelinin ortaya çıkarılması amaçlanmıştır.

Bu amaca ulaşabilmek için SWOT (GZFT) analizi ve görüşmeler yapılarak ilçenin kültürel turizm açısından sahip olduğu güçlü ve zayıf yönleri, fırsat ve tehditleri belirlenmiştir. Yapılan analizlerle ilçedeki problemlerin tespiti ile kültürel turizm faaliyetlerinin artması için çözüm önerilerinde bulunulmuştur.

ARAŞTIRMANIN KONUSU

Bu araştırma, Orta Doğuyu Akdeniz ve İç Anadolu Bölgelerine bağlayan yegâne geçit noktası konumunda olan Hatay'ın Belen ilçesinin kültürel varlıklarının incelenerek turizm potansiyelinin ortaya çıkarılarak kültürel turizm yapısının belirlenmesidir.

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Çalışma nitel araştırma yöntemleri kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Nitel araştırma, “gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi nitel veri toplama yöntemlerini kullanan, nitel bir süreç izleyerek doğal ortamdaki algıları ve olayları gerçekçi ve bütüncül bir şekilde ortaya koyan araştırma” olarak tanımlanmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2011). Araştırma verileri, kısa sürede ilk elden verilere ulaşmak için gözlem ve yapılandırılmış görüşme yöntemleriyle elde edilmiştir. Yapılandırılmış görüşmelerin en önemli avantajı, görüşme yapılan katılımcılar arasındaki paralellikleri ve farklılıkları tespit edip buna göre karşılaştırma yapmaktır (Yıldırım ve Şimşek, 2011). Bu bağlamda

alandaki yaşayan araştırmacıların Belen'in kültürel turizm değerlerini yerinde inceleyerek gözlemlenme fırsatı bulmuşlardır.

Belen'in kültür turizmi potansiyeli konusunda görüş ve fikirlerini almak üzere ilçe kaymakamı, belediye görevlileri ile el görüşmeler planlanmıştır. Mülakat soruları İskenderun Teknik Üniversitesi Etik Kuruluna sunulmuş gerekli onay alınmıştır¹. Görüşmeler Aralık 2022 ve Ocak 2023 aylarında gerçekleşmiştir. Görüşmelerde aşağıdaki sorular sorularak katılımcıların fikirleri alınmıştır:

1. Belen ilçesinde bulunan kültürel varlıkların (Kervansaray, kilise, şehitler abidesi hamam, türbe vb.) kültür turizmi açısından ilçeye katkıları nelerdir?
2. Kültür turizmi açısından Belen ilçesinin tanıtımı için neler yapılmaktadır?
3. Belen ilçesinde bulunan kültürel varlıklar yeterli derecede korunmakta mıdır?
4. Kültür turizmine kazandırılması için yapılan restorasyon çalışmaları ve düzenlemeler nelerdir?

Amaca ulaşabilmek için alana ait bulgular incelenmiş ve ilgililerle yapılan mülakatlardan elde edilen verilerle ilçenin SWOT (GZFT) analizi yapılarak ilçenin kültür turizmi açısından sahip olduğu güçlü ve zayıf yönleri, fırsat ve tehditleri belirlenmiştir. Analiz ve görüşmeler sonrası ilçedeki problemlerin tespiti ile kültürel turizm faaliyetlerinin artması için çözüm önerilerinde bulunulmuştur.

SWOT ANALİZİ

SWOT Analizi, bir organizasyonun iç ve dış çevresinin analiz edilmesine olanak sağlayan bir analiz tekniğidir. SWOT Analizi bir organizasyonun veya bir kişinin ilgili alanlardaki güçlü ve zayıf yönlerini tespit etmesine yine organizasyonu veya kişiyi gelecekte bekleyen fırsatları ve tehditleri belirleyip bunlara göre şimdiden aksiyonlar alınmasına imkân sağlar. Bir diğer deyişle de SWOT Analizi bir kurumun, kuruluşun veya bir yapının kendisinin ve bulunduğu çevrenin detaylı bir şekilde değerlendirilmesini sağlamakta kullanılan bir planlama ve organizasyon aracıdır. SWOT Analizi, analizin yapılacağı organizasyonun, kuruluşun, projenin veya durumun güçlü ve zayıf yönlerini tespit etmekte ve dış çevreden kaynaklanabilecek fırsat ve tehditleri belirlemekte kullanılan bir tekniktir. Bu yöntem ile organizasyonun veya kuruluşun iç ve dış çevresinin değerlendirilmesi sağlanmış olmaktadır. Strengths (Güçlü Yönler), Weaknesses (Zayıf Yönler), Opportunities (Fırsatlar)

¹ Etik Kurul İzni, 26/10/2022 tarihli ve E-21065658-302.99-E.78762 sayılı yazıya istinaden Toplantı tarihi: 30.11.2022 Toplantı no: 12

ve Threats (Tehditler) olan SWOT analizi karar vermeye destek olmak amacıyla yapılmaktadır. Güçlü yönler: Organizasyonun güçlü yönleri belirlenmiş olur. Güçlü olunan yönler organizasyonun güçlü insan kaynağı, güçlü mali yapısı, potansiyeli, pazarlama gücü, pazardaki bilinirliği gibi hususlardır (Kahraman, Çetin Demirel ve Demirel, 2007, s. 285)..

Zayıf yönler: Organizasyonun zayıf yönleri belirlenmiş olur. Zayıf olunan yönler organizasyonun eksik insan kaynağı, mali yetersizliği veya denetimsizliği, pazardaki deneyimsizliği gibi hususlardır.

Fırsatlar: Organizasyon dışında organizasyon için hangi fırsatların var olduğu, organizasyonun şu an faaliyet gösterdiği alanda veya başka bir alanda büyüme 14 olanağı olup olmadığı, organizasyona sağlanacak mali destekler gibi konuların değerlendirildiği aşamadır.

Tehditler: Organizasyonun gelecekte etkileyebilecek olumsuzluklar, organizasyonun bulunduğu ülkenin ekonomik kriz, jeopolitik risk gibi etkenlerden etkilenmesi, pazardaki rakiplerin gerisinde kalınması gibi konuların değerlendirildiği aşamadır.

Stratejik faktörler olarak yer alan iç ve dış faktörler, organizasyonun geleceği ile ilgilidir ve SWOT analizinde detaylı bir şekilde belirtilmektedirler (Kahraman, Çetin Demirel ve Demirel, 2007, s. 285).

SWOT Analizi mevcut bir durum analizi olmakla birlikte aynı zamanda organizasyonun gelecekteki durumunun ne olacağını tespit ve tahmin etmeye yarayan bir analiz tekniğidir. Bu ikinci anlama göre de SWOT Analizi bir gelecek durum analizidir (Aksu, 2002; Aktan, 1999a, 1999b).

LİTERATÜR TARAMASI

Hatay'ın Belen ilçesi için kültür turizmi ile ilgili genellikle resmî kurumların (Hatay Valiliği, Belen Kaymakamlığı, Belen Belediyesi) yaptığı çalışmalar bulunmaktadır. Çalışmalar genel olarak turizm değerlerinin isimleri ve tanımlarını içermekte olup, bilimsel çalışma yok denecek kadar azdır.

Sönmez'in (2014) "Hatay, Belen Boğazı'nda bulunan belen rüzgâr enerjisi santralinin süzülerek göç eden kuşlara etkileri" adlı tez çalışmasında, çalışma süresi boyunca süzülerek uçan kuşlara ilişkin alınacak veriler karşılaştırılarak bölgede görülen bu türlerde ve görülme sıklıklarında bir değişiklik olup olmadığı saptanmıştır.

Ünal'ın (2017) "Hatay-Belen 2015 ilkbahar dönemi süzülen kuş göçü" ve Demirköser'in (2018) "Hatay'ın Belen ilçesinde yetiştirilen şaraplık üzüm çeşitlerinde fenolojik dönemler ile verim ve kalite özelliklerinin belirlenmesi" gibi ilçeye ait flora, fauna (kuş göçleri ve varlığı), enerji hatları, doğal yapısı

gibi araştırmaların yapıldığı görülmekte olup alanda kültür turizmi ile ilgili bilimsel bir araştırmanın yapılmadığı görülmektedir.

Belenle ilgili yapılan en detaylı çalışma 2011 yılında Hatay Valiliği tarafından hazırlanan Hatay Kültür Envanteri kitabıdır. Kitapta Belen'in tarihi yerlerinin envanteri üzerinde durulmuştur.

Bir başka çalışma ise Müderrisoğlu (1994) "Bir Osmanlı Türk Şehri Olarak Belen" adlı çalışmadır. Bu çalışmada Belen'in tarihi, kültürel yapıları ve ilçede bulunan Kanuni Sultan Süleyman Kervansarayı üzerinde durulmuştur.

BELEN'İN TARİHİ YAPILARI

Kanuni Sultan Süleyman Kervansarayı: Kanuni Sultan Süleyman Kervansarayı, Osmanlı İmparatorluğu'nun 16. yüzyılda hüküm süren ünlü padişahı Kanuni Sultan Süleyman tarafından yaptırılmış bir kervansaraydır. Belen merkez camisi ile karşı karşıyadır. Bu tarihi yapı, geçmişte birçok insan ve hayvanı barındıran önemli bir konaklama ve ticaret merkezi olarak işlev görmüştür. Ayrıca, kervanların dinlenme ve eşya alışverişi yapma amacıyla uğrak noktası olmuştur. Zaman içinde Kervansaray, çeşitli dönemlerde kullanım amacına uygun olarak değişikliklere uğramıştır. Bir dönem çay bahçesi olarak düzenlenmiş ve sonrasında restore edilme çalışmaları gerçekleştirilmiştir. 2005 yılında tamamlanan restore çalışmalarıyla yapı, kısmen yıkılmış olan bölümleri onararak orijinal görünümüne kavuşturulmuştur. Kanuni Sultan Süleyman Kervansarayı, Osmanlı İmparatorluğu'nun tarihi ve kültürel mirasının önemli bir parçasıdır ve günümüzde ziyaretçilerin ilgisini çeken bir turistik mekandır (Belen Kaymakamlığı, 2018b).



Fotoğraf 1. Kanuni Sultan Süleyman Kervansarayi içten ve dıştan görüntüleri

Kaynak: Yazarlar, 02.08.2021

“Bu muazzam Hanı Büyük Sultan Ulu Hakan Allah’ın yeryüzünde gölgesi bütün insanların koruyucusu, Arap ve Acem Sultanlarının efendisi, Mescid’i Haram ve Mescid’i Nebevi’nin yardımcısı ve koruyucusu Sultan Selim Şah oğlu Sultan Süleyman Han (Allah mülkünü ve Saltanatını daim kılsın) Hicri 957 H.(1550 M.) senesi Şaban ayında yaptırmıştır.” kitabe kervansarayla girmeden önce göze çarpmaktadır (Fotoğraf 1).

Kanuni Sultan Süleyman Camii: Kanuni Sultan Süleyman Camii, Kanuni Sultan Süleyman döneminde, 16. yüzyılda inşa edilmiş olan bir Osmanlı camisidir. Bu tarihi cami, Osmanlı mimarisinin özelliklerini yansıtmaktadır. Büyük bir avluya sahip olan cami kompleksi, ana ibadet alanı olan mescit, minareler, şadırvan ve çeşitli yardımcı binalardan oluşmaktadır. Kanuni Sultan Süleyman Camii, Osmanlı İmparatorluğu’nun döneminin önemli dini ve kültürel merkezlerinden biri olarak hizmet vermiştir. Caminin mimari detayları, dönemin sanat anlayışını ve Osmanlı mimarisinin zarafetini yansıtmaktadır. Günümüzde, Kanuni Sultan Süleyman Camii, ziyaretçilerin ve ibadet edenlerin ilgisini çeken bir turistik ve dini mekan olarak hizmet vermektedir. Tarihi ve kültürel bir değere sahip olan cami, bölgenin geçmişine ve Osmanlı İmparatorluğu’nun dini mirasına tanıklık etmek isteyenler için önemli bir durak noktasıdır (Belen Kaymakamlığı, 2018c). (Fotoğraf 2).



Fotoğraf 2. Kanuni Sultan Süleyman Camii İçten ve Dıştan Görünümleri
Kaynak: Yazarlar, 03.08.2021

Camide “Bu mübarek camii’nin imaretini; Yüce Sultan, Ulu padişah Sultan Selim Han oğlu, milletlerin riabına Malik Sultanı Azam ve Hakanı Afham Sultan Süleyman Han Allah mülkünü daim ve muhallet kılsın, 960 (1552/1553) tarihinde emretti. Bu mübarek caminin yapılmasını en büyük sultan ve haşmetli hakan insanların ve padişahların padişahı Sultan Selim Han oğlu Süleyman - Allah ömrünü uzun eyleye- emretti.” yazısı yer almaktadır (Fotoğraf 3). Kanuni Sultan Süleyman Camii günümüzde ibadet amaçlı cami olarak hizmet vermektedir.



Fotoğraf 3. Kanuni Sultan Süleyman Camii Kitabesi (Arapça ve Türkçesi)
Kaynak: Belen Kaymakamlığı, 2018

Kanuni Sultan Süleyman Hamamı: Kanuni Sultan Süleyman Han zamanında yapılmış olup, 2007 Yılında Komple bir restorasyonu yaptırılmıştır (Fotoğraf 4). Hamamın kapısında “En büyük sultan ve ulu Hakan Selim Han oğlu Sultan Süleyman Han (Allah onun mülkünü, hükümdarlığını daim etsin) bu hamamın yapılmasını emretti.” Kitabesi mevcuttur. Amacına uygun şekilde hamam olarak halka hizmet vermektedir (Belen Kaymakamlığı, 2021b) .



Fotoğraf 4. Kanuni Sultan Süleyman Hamamı dıştan görünümü
Kaynak: Yazarlar, 03.08.2021

Abdurrahman Paşa Türbesi: Abdurrahman Paşa, Osmanlı Devleti'nin kendine verdiği yetki çerçevesinde Belen'in kurulmasının hemen sonrasında buraya çevreden aileler yerleştirerek aile sayısını 400'e çıkartmış, Belen'in büyüyerek kasaba olmasını sağlamış ve tarihi gelişimine ivme kazandırmıştır. Abdurrahman Paşa'nın türbesi şu anda Belen'de E-91 karayolunun yanında, karayolunun yeniden yapılandırılması için yapılan çalışmalar sonucunda çevre düzenlemesi değişikliğe uğrayarak günümüze kadar gelmiştir. Abdurrahman

Paşa'nın doğum ve ölüm tarihlerini mezar taşında: "Doğum 1711, vefat 1790, hicri sene 1212 fi Şevval" yazılı olduğu görülmektedir (Fotoğraf 5). Türbe ibadet amaçlı yerli ve yabancı turistlerin ziyaretine açıktır.



Fotoğraf 5. Abdurrahman Paşa Türbesi

Kaynak: Yazar, 03.08.2021

Bakras Kalesi: Bakras Kalesi, Yavuz Sultan Selim'in Mısır Seferi esnasında 1516 yılında alınmıştır. Daha öncesinde Bizanslılar, Romalılar ve Haçlılar kullanmıştır (Belen Kaymakamlığı, 2021a). Kale Belen'in Ötençay Mahallesinde bulunmaktadır. İskenderun Antakya E5 Karayolundan 6-7 km. içeride bulunmaktadır (Fotoğraf 6). Bakras Kalesinin restorasyon yapılarak aktif şekilde turizme kazandırılması gerekmektedir. Şu anda gezi tur programlarında yer almadığı için yerli ve yabancı turistlerin ziyaretleri gerçekleşmemektedir. Bölgenin turizm potansiyelinin canlandırılması açısından önem arz eden bir tarihi yapıdır (Belen Kaymakamlığı, 2021a).



Fotoğraf 6. Bakras kalesi dıştan görünümü

Kaynak: Yazarlar, 18.08.2021

Belen 41. Fırka Şehitler Abidesi: Belen Şehitliği ilk kez 1916 yılında Yarbay Musa Kazım Bey tarafından yaptırılmıştır. İskenderun- Antakya E5 karayolundan 4 km içeride Belen'in Muhlisali Mahallesinde bulunmaktadır. Toplam alanı 250 m²'den oluşmaktadır (Resim 8). 1500 Kahramanın mezarı ve Hatay Devleti'nin kurulmasından sonra yazılan kitabesi mevcuttur. 2018 yılında 1916 yılındaki aslına uygun olarak restorasyonu yapılmıştır (Belen Kaymakamlığı, 2021c).



Fotoğraf 7. 41. Fırka Belen Şehitler Abidesi

Kaynak: Yazarlar, 23.08.2021

Belen'in kültürel turizm potansiyelinin durumuyla ilgili bilgi almak için yapılan görüşmede Belen Kaymakamına sorulan "Belen ilçesinde bulunan kültürel varlıkların kültür turizmi açısından ilçeye katkıları nelerdir?" sorusuna Belen Kaymakamı şu şekilde yanıt vermiştir;

"...Kültürel varlıkların her zaman gurur duyduğumuz, göğsümüzü kabartan mihenk taşlarımız, uğrak mekanlarımızdır. Belen ilçesi küçük bir yerleşim yeri olması aynı zamanda zorunlu kullanılması gereken bir geçit bölgesi konumundadır. Yerleşim yerlerinde rakımın birden yükselmesi, yaylalarının bulunması ve kültürel varlıkları nedeniyle turizm açısından önemli bir yere sahiptir. Gelen misafirlere gezdirmek ve ilçemizi tanıtmak açısından ziyaret edilen ilk mekanlar tarihi kültürel mekanlardır. İnsanların huzur bulduğu, tarihin derinliklerine gittiği, manevi atmosferin yüksek olduğu bu tarihi varlıklarımızı her zaman mihenk taşlarımız olmuştur"

"Belen ilçesinde bulunan kültürel varlıkların kültür turizmi açısından ilçeye katkıları nelerdir?" sorusuna Belen Belediyesi Kültür ve Sosyal İşler Müdürü ise şu şekilde cevaplamıştır:

"İlçemizde bulunan kültürel varlıkların yeterli tanıtımı yapılmamakla birlikte ilçemizi ziyarete gelen yabancı turistler için gezilip görülebilecek mekanlardır. Kültürel ve tarihi varlıklarımızın büyük kısmı ilçe merkezimizde"

olması nedeniyle yerli halk tarafından bilinmektedir. Kültürel varlıklarımız kültür turizmindeki hareketliliği getirmektedir. Ayrıca ziyaret esnasında yapılan alışverişlerle ilçe esnafına katkı sağlamaktadır...”

Belen ilçesinde kültür turizmine yönelik yapılan tanıtım faaliyetlerini öğrenmek amacıyla yöneltilen “Kültür turizmi açısından Belen ilçesinin tanıtımı için neler yapılmaktadır?” sorusuna ise şu şekilde devam etmişlerdir;

“Kültürel değerlerimizi ön plana çıkarmak daha çok ziyaretçiye ulaşmak için gerek Belen Kaymakamlığı olarak gerekse Belen Belediyemiz iş birliğinde sosyal medya araçlarında, web sitelerimizde tanıtım köşelerimiz mevcuttur. Her yıl Ankara, İstanbul, İzmir gibi illerimizde icra edilen tanıtım fuarlarında ilçemiz adına stantlar kurulmaktadır. İlçemiz resmi programları esnasında kültürel alanlar tercih edilmektedir.” (Belen Kaymakamı)

“Kültür turizmi açısından ilçemizin tanıtımı için belediyemizce belgesel, kısa tanıtım filmleri ve videolar ve el broşürleri hazırlanmaktadır. Belediyemize ziyaret amaçlı gelen misafirlere tanıtım amaçlı hazırladığımız bu materyaller hediye edilmektedir. İstanbul, Ankara ve İzmir’de gerçekleşen fuarlarda da ilçemizin tanıtımı yapılarak hazırlanan materyaller dağıtılmaktadır. Ayrıca sosyal medya hesaplarımızda paylaşımlar yapılmaktadır. Yine ilçemizde her yıl Türkiye geneli katılımın olduğu aba güreşleri, incir festivali, gastronomi yarışmaları ve yayla şenlikleri belediyemizce organize edilmektedir. 2022 yılı faaliyetlerimizden olan ilçe merkezine “Cam Teras” yapımı Bakanlıkça onaylanmış olup, yakında çalışmalara başlanacaktır. Yayla şenlikleri geleneksel hale getirilecektir.” (Belen Belediyesi Kültür ve Sosyal İşler Müdürü)

Belen ilçesinde bulunan kültürel varlıkların yeterince korunup korunmadığına ilişkin “Belen ilçesinde bulunan kültürel varlıklar yeterli derecede korunmakta mıdır?” sorusuna Belen Kaymakamı;

“İlçemizde bulunan kültürel varlıkların korunması hususunda elimizden gelen duyarlılığı göstermeye çalışıyoruz.” şeklinde cevaplamıştır.

İlçede ve yakın çevresinde yapılan restorasyon çalışmalarını öğrenmek amacıyla yöneltilen “Kültür turizmine kazandırılması için restorasyon çalışmaları ve düzenlemeler nelerdir?” sorusuna Belen Kaymakamı aşağıdaki açıklamalarda bulunmuştur;

Yerel halkın en fazla kullanım alanı olan ve kullanılan kültürel varlıklarımızdan şehitler abidesi, cami ve hamam restorasyonu tamamlanarak halkımızın hizmetine sunulmuştur. Abdurrahman Paşa Türbesinin bakımı yapılmış, tarihi Bakras Kalesinin rölöve çalışması tamamlanmış restorasyon için gerekli ödenek beklenmektedir...” (Belen Kaymakamı)

“Kültür turizmine kazandırılması için restorasyon çalışmaları ve düzenlemeler nelerdir?” olduğu sorunu Belen Belediyesi Kültür ve Sosyal İşler Müdürü şu şekilde cevaplamıştır;

“İlçemizde bulunan kültürel varlıklar Vakıflar Genel Müdürlüğü’ne bağlıdır. Restorasyon ve yenileme çalışmaları bu kurum tarafından yapıldığından yerel yönetimlerce herhangi bir şekilde söz konusu değildir. İhtiyaç halinde Vakıflar Bölge Müdürlüğü tarafından gerekli bakım ve restorasyon çalışmaları yapılmaktadır. Bu tarihi değerlerden ilçe merkezinde bulunan Kurtuluş Hamamı, Kervansaray, Cami, Türbe ve Şehitler Abidesi yakın zamanda restorasyonu yapılan tarihi mekanlardır. Restorasyon için orijinal taşlar ve malzemeler kullanılmıştır.” (Belen Belediyesi Kültür ve Sosyal İşler Müdürü)

Görüşmeler sonucunda elde edilen bilgilere göre yetkili kurumların ilçede bulunan kültürel varlıkların korunması için gereken duyarlılığın gösterildiği, ilçedeki cami, türbe ve kalelerin restorasyon çalışmalarının yapıldığı anlaşılmaktadır.

BULGULAR

SWOT analizi ile gerçekleştirilen analiz sonucunda Hatay’ın Belen ilçesinin kültürel varlıklarının incelenerek turizm potansiyelinin ortaya çıkarılmış ve kültürel turizm açısından güçlü, zayıf yönleri, sunduğu fırsatlar ve tehdit görülen durumlar betimlenmiştir.

Güçlü Yönler

- Değerli kültürel varlıklardan olan Kanuni Sultan Süleyman Kervansarayı ve Hamamı, Bakras Kalesi, 41. Fırka Şehitler Abidesi’nin ilçede bulunması
- İnanç turizmini canlandıracak Abdurrahman Paşa Türbesi’nin bulunması
- Kanuni Sultan Süleyman Camii gibi tarihi camisinin olması
- Hatay gibi sıcak bir bölgede serin bir iklim yapısına sahip olması

Zayıf Yönler

- Özellikle Bakras Kalesi gibi tarihi eserlerin kendi haline bırakılmış olması
- Tarihi eserlerin restorasyonlar yapıldı. Fakat yapılan restorasyonların istenilen düzeyde, istenilen sürede yapılmamış olması başka bir ifade ile yetersiz kalması
- Konaklama olanaklarının yetersiz olması

- Abdurrahman Paşa Türbesi gibi önemli tarihi yerlerin değerinin geç fark edilmiş olması
- Kültürel varlıkları tanıtımı konusunda çeşitli tanıtımlar yapılmıştır. Fakat bu tanıtımların özellikle ulusal ölçekte olması uluslararası ölçekte olmaması. Özetle tanıtımların yeterli olmaması
- Turizm konusunda yerel halkta yeterli bilinç oluşmamış olması

Fırsatlar

- Havaalanına yakın olması (30 km.)
- Stratejik konumu (İskenderun Antakya E5 karayolu güzergahında bulunması)
- Turizm alanındaki proje çalışmalarına Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansı (DOĞAKA)'ndan hibe desteği almaları

Tehditler

- Turist sayısının az olması
- E5 yolu üzeri trafik tıkanmalarının olması
- İskenderun ve Antakya'da bulunan turizm acentelerinin Belen'in tarihi ve turistik yerlerine Hatay'a özgü düzenledikleri turlarında yer vermemesi
- Üniversitenin olmayışı ve bu bağlamda genç nüfusun iş nedeniyle farklı il ve ilçelere göç etmesi
- Turizm alanında çeşitli materyallerle tanıtım yapılmış. Fakat yapılan tanıtımlarda kullanılan materyallerin zengin olmaması, belli materyallerle yapılması
- İlçede turizm acentelerinin olmayışı

SONUÇ VE ÖNERİLER

Araştırmadan elde edilen sonuçlara göre Hatay'ın Belen ilçesinin, tarihi ve kültürel miraslarıyla önemli bir potansiyele sahip olduğu anlaşılmaktadır. İlçede Kanuni Sultan Süleyman Kervansarayı Han ve Camisi, Bakras Kalesi, Abdurrahman Paşa Türbesi gibi tarihi cami, türbe ve kale mevcuttur. Belen ilçesinde bulunan kültürel varlıkların geçmiş ile gelecek arasında çok önemli bir köprü görevi gördüğü anlaşılmaktadır. Belen ilçesinin günümüzde tarihi ve turistik potansiyelinin göz ardı edildiği ve yeterince değerlendirilemediği görülmektedir.

Araştırmaya konu olan tarihi varlıklara bakıldığında Belen Şehitler Abidesinde bulunan mezar taşlarının üzerindeki yazıların silinmeye başladığı,

Bakras Kalesi'nin restorasyona ihtiyacı olduğu görülmektedir. Bu da ilçenin turizm potansiyelini yeterince ortaya koyamadığını göstermektedir.

Belen Kaymakamlığı'nın ilçenin turizm potansiyelini yükseltme amacıyla açısından Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansı hibe desteğiyle “Seyr-i Belen, Yürü ve Dinlen” adlı proje kapsamında ortaya çıkan içerisinde engelli ve normal tuvaletlerin inşa edilmesi, mutfak ve deposu bulunan ahşap 610 m2lik “Seyir Terası”nın ilçeye kazandırılması turizme katkı sağlayabileceği öngörülmektedir. Belen Şehitler Abidesi mevki özellikle tercih edilmiş olup, dinlenme için gelen yerli yabancı turistlerin ilçenin kültürel varlıklarını da tanınması amaçlanmıştır.

Belen Belediyesi'nin Abdurrahman Paşa Türbesi'nde 2021 yılında yapmış olduğu restorasyon ile kültürel mirasın korunduğu gözlenmektedir.

Yapılan araştırmada tanıtımların ulusal ölçekte yapıldığı belirlenmiştir. Fakat uluslararası ölçekte yapılan tanıtımların yetersiz olduğu belirlenmiştir. Tanıtım yetersizliği ile ortaya çıkan sorunların Bölgeye tur düzenleyen turizm acenteleriyle görüşülerek çözülmesi Belen ilçesinin turizm potansiyelini arttıracakı düşünülmektedir. Ayrıca tanıtımlarında materyal çeşitliliği sağlanarak Belen ilçesinin turizm potansiyeli konusunda farkındalık artırılabilir.

Yapılan araştırma Belen ilçesinin kültür turizmi potansiyelinin mevcut durumunu ve geliştirilebilecek yönlerini göstermeyi amaçlamıştır. Akademik alanda yapılan ilk araştırmadır. Özellikle Soğukoluk bölgesi yaz mevsimlerinde çevre il ve ilçelerden gelen vatandaş akınına uğramaktadır. Nüfus bu dönem iki katına çıkmaktadır. Doğa ve yayla turizmi açısından önemli bir yere sahiptir. Bu bağlamda müteakip araştırmanın, Belen'in doğa temelli turizm aktivitelerinin varlığını ortaya çıkaracak turizm çeşitlerinin incelenmesi önerilmektedir.

KAYNAKÇA

- 8günhaber. (2020, March 20). 8günhaber. *Baharın Müjdecisi Göçmen Kuşların Uzun Yolculuğu*. Retrieved from <https://8gunhaber.com/haber/45041/baharin-mujdecisi-gocmen-kuslarin-uzun-yolculugu.html> [Erişim Tarihi: 06.12.2022]
- Aksu, M. (2002). *Eğitimde stratejik planlama ve toplam kalite yönetimi*. Ankara: Anı Yayınları.
- Aktan, C. C. (1999a). *2000’li yıllarda yeni yönetim teknikleri: 2 - Stratejik yönetim*. TUGIAD.
- Aktan, C. C. (1999b). Stratejik Yönetim ve SWOT Analizi. Retrieved from <http://www.canaktan.org/yonetim/stratejik-yonetim/swot.htm> [Erişim Tarihi: 06.12.2022]
- Belen Kaymakamlığı. (2018a). Ekonomik Durum. Retrieved from <http://www.belen.gov.tr/ekonomik-durum> [Erişim Tarihi: 06.12.2022]
- Belen Kaymakamlığı. (2018b). Han - Kanuni Sultan Süleyman Kervansarayı. Retrieved from <http://www.belen.gov.tr/han-kanuni-sultan-suleyman-kervansarayi> [Erişim Tarihi: 06.12.2022]
- Belen Kaymakamlığı. (2018c). Kanuni Sultan Süleyman Merkez Camii. Retrieved from <http://www.belen.gov.tr/kanuni-sultan-suleyman-merkez-camii> [Erişim Tarihi: 06.12.2022]
- Belen Kaymakamlığı. (2020). Tarihçe. Retrieved from <http://www.belen.gov.tr/tarihce> [Erişim Tarihi: 06.12.2022]
- Belen Kaymakamlığı. (2021a). Bakras Kalesi. Retrieved from <http://www.belen.gov.tr/bakras-kalesi> [Erişim Tarihi: 06.12.2022]
- Belen Kaymakamlığı. (2021b). Kanuni Sultan Süleyman Hamamı-Kurtulus Hamamı. Retrieved from <http://www.belen.gov.tr/kanuni-sultan-suleyman-kurtulus-hamami> [Erişim Tarihi: 06.12.2022]
- Belen Kaymakamlığı. (2021c). Şehitler Abidesi. Retrieved from <http://www.belen.gov.tr/sehitler-abidesi> [Erişim Tarihi: 07.12.2022]
- Cave, J., Ryan, C., & Penakara, C. (2003). Residents’ perceptions, migrant groups and culture as an attraction-the case of a proposed Pacific Island cultural centre in New Zealand. *Tourism Management*, 24(4), 371-385.
- Demirkeser, Ö. (2018). *Hatay’ın Belen ilçesinde yetiştirilen bazı şaraplık üzüm çeşitlerinde fenolojik dönemler ile verim ve kalite özelliklerinin belirlenmesi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi, Hatay.
- Hatay Valiliği. (2020). Yayla Turizmi. Retrieved from <http://www.hatay.gov.tr/yayla-turizmi> [Erişim Tarihi: 08.12.2022]
- <http://www.belen.gov.tr/ilcemiz> [Erişim Tarihi: 02.12.2022]

- <http://www.hatay.gov.tr/kaleler> [Erişim Tarihi: 04.12.2022]
- Kahraman, C., Demirel, N.Ç. ve Demirel, T. (2007). Prioritization of e-Government strategies using a SWOT-AHP analysis: the case of Turkey. *European Journal of Information Systems*, 16(3), 284-298.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2007). *Kültür ve Turizm Bakanlığı, Türkiye Turizm Stratejisi 2023*. Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları.
- McIntosh, R., & Goeldner, C. (1990). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies* (6th ed.). New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Müderrişoğlu, F. (1994). Bir Osmanlı Türk şehri olarak Belen. *Vakıflar Dergisi*, 24, 237-271.
- Hatay Valiliği. (2011). *Hatay Kültür Envanteri* (Cilt 1-2). Ankara: Sistem Ofset.
- Kayıkçı, S. (2014). *İskenderun-Kırıkhan-Belen (Hatay) Arasındaki Bölgenin (Orta Amanoslar) Florası*, Doktora Tezi, Mustafa Kemal Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Biyoloji Anabilim Dalı, Hatay.
- Özdemir, Ü. (2011). Safranbolu'nun kültürel miras kaynakları ve korunması. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 16(26), 129-142.
- Saarinen, J., Moswete, N., & Monare, M. (2014). Cultural tourism: New opportunities heritage sites. *Tourism Management*, 16(5), 361-365.
- Sönmez, Ö. (2014). *Hatay, Belen Boğazı'nda bulunan Belen rüzgar enerjisi santralinin süzülerek göç eden kuşlara etkileri*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Akdeniz Üniversitesi, Antalya.
- Tapur, T. (2009). Konya ilinde kültür ve inanç turizmi. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2(9), 473-492.
- Ünal, M. (2017). *Hatay-Belen 2015 ilkbahar dönemi süzülen kuş göçü*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Niğde Üniversitesi, Niğde.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2011). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri* (8. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.

71. Bölüm

Organizasyonlarda Örgütsel Adalet ve Çatışma İlişkisi

Numan ÇAKAR¹

Ahmet DİKEN²

¹ Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü cakarnuman@gmail.com
ORCID No: 0009-0008-0980-2743

² Prof. Dr., Necmettin Erbakan Üniversitesi, Siyasal Bilgiler Fakültesi İşletme Bölümü.
adiken@erbakan.edu.tr ORCID No: 0000-0002-6455-9749

ÖZET

Örgütsel adalet kavramı ile ilgili yapılan tüm araştırmalar bu kavramın organizasyonlar ve iş görenler açısından önemini ortaya koymaktadır. Günümüz iş dünyasında adaletsizlik hissi kendini fazlasıyla hissettirmektedir. Bu adaletsizlik hissi sonucunda ise çatışma kavramı ortaya çıkmaktadır. İnsanın olduğu yerde çatışma kaçınılmazdır. Organizasyonda meydana gelecek olumsuzluklar çalışanları etkileyecek ve örgütün hedeflere ulaşmasındaki etkinliği azalacaktır. Bu yüzden adalet ile çatışma kavramlarının birbirleri ile gerçekleştirdiği etkileşimin ortaya çıkarılması organizasyonlar için fayda sağlayacaktır.

Bu çalışmada örgütsel adaletin kavramsal tanımlamasının yanı sıra organizasyonlardaki adaletsizlik hissiyatının ortaya çıkış nedenleri ve örgütsel adaletin etkileşimde bulunduğu diğer örgütsel davranış yöntemleri de açıklanmıştır. Örgütsel adaletin çeşitli boyutlarının olduğu, zamanla tanımlamasının genişlediği, çatışmaların ortaya çıkışında çok büyük rol oynadığı sonucuna varılmıştır. Organizasyonlarda çatışma ise öncelikle çatışma kavramının organizasyonlarda ne şekilde tanımlanabileceği üzerinde durulmuş ve çatışmanın kavramsal açıklamasından sonra nasıl meydana geldiği, nasıl önlenebileceği ve nasıl yönetilebileceği konuları üzerinde durulmuştur. Çatışmanın günümüz organizasyonlarınca kabullenilerek çatışmayı yönetme sürecine yönelme eğiliminde bulundukları görülmüştür. Çünkü küreselleşmenin etkisiyle özelden genele iletişim ve etkileşim artmakta; yani organizasyon içi yaşanan veya yaşanacak çatışmalara organizasyon dışı çatışmalar da eklenmektedir. Sonuç olarak ise adalet kavramının çatışma kavramı ile iç içe olduğu, bu duruma yönelik yapılan araştırmalar neticesinde anlaşılmıştır. Çözüm olarak ise organizasyon içi adaletsizliği ortadan kaldıracak adımlar atılması gerektiği ve bu adımların sağlıklı sonuçlar vermesi neticesinde çatışmaların ortadan kalkacağı ya da çatışma yönetiminin sağlanması ile hedeflere daha düzgün bir şekilde ulaşılacağı belirtilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Örgütsel adalet, organizasyon, çatışma, örgütsel çatışma, örgütsel davranış

1. GİRİŞ

Organizasyonlar hedeflerine ulaşmak için takip ettikleri stratejilerinin yanında sahip oldukları kaynakları etkin ve verimli bir şekilde kullanırlar. Onları amaçlarına ulaştıracak bu kaynaklardan özellikle insan kaynakları küreselleşme süreci ile birlikte daha da önem kazanmıştır. İşletmelerde çalışan mavi ve beyaz yakalı iş görenlerin firmaya bağlılıkları önem arz etmektedir. Bu bağlılığı sağlamak için çeşitli çalışmalar yapılmakta veya bazı olumsuz davranışlardan kaçınılmaktadır. Bu anlamda işletmenin çalışanlara gösterdiği ve geliştirdiği bazı davranışlar sonucunda örgüt kültürü oluşmaktadır. Bu davranış biçimlerinden en önemlilerinden birisi de örgütsel adalet kavramıdır. Hem devlet kurumlarından hem özel kurumlardan, örgütsel adalet kavramını benimseyici bir rol üstlenmeleri beklenir. Örgütsel adalet kavramı birçok araştırmaya konu olmuş ve bu kavramın organizasyonlar ile ilişkisine dair çok sayıda olumlu veya olumsuz araştırmalar yapılmış, sonuçlar elde edilmiştir. Bu kavramın ilişkili olduğu diğer bazı davranış biçimleri de incelenerek örgütsel adaletin bazı örgütsel davranış biçimlerine olan etkisine değinmek faydalı olacaktır. Bunların başında örgütlerde sık sık karşılaşılan çatışma ilişkisi gelmektedir. Canlıların bulunduğu her ortamda yaşanan çatışma olayı, insanların içinde bulunduğu ve faaliyetlerde etkin olduğu örgütlerde fazlasıyla yaşanmaktadır. Organizasyonlar içerisinde çatışmanın ortaya çıkışındaki temel hususun kişisel etmenler dışında organizasyonlarda yaşanan adaletsizliğin de olabileceği göz önünde bulundurulmalıdır. Her ne kadar çatışma kavramının olumsuz çağrışım uyandırdığı aşikar olsa da; olumlu yönlerinin de olabileceği, örgütsel adaletin sağlanmasında fayda sağlayabileceği de unutulmamalıdır. Önemli olan, organizasyonlarda meydana gelen çatışmanın doğru yönde yönetilip yönetilemeyeceğidir. Örgütlerde çatışmanın ortaya çıkmaması için çaba göstermenin yanında, çıkan çatışmayı da doğru yönetmek gerekmektedir. Bu hususlar çerçevesinde; bu çalışmada örgütsel adalet kavramının boyutları ve türleri incelenip çatışma kavramı ile harmanlanarak açıklığa kavuşturulması, organizasyonların geleceği için büyük önem arz eden hususlara yer verilmiştir.

2. ÖRGÜTSEL ADALET

Bu başlıkta örgütsel adalet kavramı, örgütsel adalet türleri, örgütsel adalet kuramları, örgütsel adalet algısı ve Örgütsel Adaletin Etkileşim Kurduğu Örgütsel Davranış Kavramlarına kavramsal çerçevede yer verilmiştir.

2.1. Örgütsel Adalet Kavramı

Örgütsel adalet kavramının açıklamasının daha sağlıklı yapılabilmesi amacıyla öncelikle örgüt ve adalet kavramlarını ayrı ayrı ele almak gereklidir.

Örgüt kavramı, tanım olarak Türk Dil Kurumu (2023) tarafından; “ Ortak bir amacı veya işi gerçekleştirmek için bir araya gelmiş kurumların veya kişilerin oluşturduğu birlik, teşekkül, teşkilat ” olarak tanımlanmaktadır. Örgütler, özel ve kamu sektörlerinde, sivil toplum kuruluşlarında ve başka birçok alanda bulunabilirler. Örgütler, genellikle belirli bir hiyerarşiye sahiptir ve örgütler arası iş bölümü vardır.

Adalet kavramı, tanım olarak Türk Dil Kurumu (2023) tarafından; “ Herkese kendine uygun düşeni, kendi hakkı olanı verme, doğruluk” olarak tanımlanmaktadır. Bireylere ve gruplara, hak ettikleri değeri, korunmuş hissini ve adil bir şekilde muamele görmeyi sağlamayı amaçlar. İdeal bir adaletin bulunduğu ortamda insanlar arasında ayırım yapılmaksızın haklar, kaynaklar ve fırsatlar dağıtılır.

Örgütsel adalet, “örgütte çalışanlara adil bir şekilde davranılması ve bireyler arasındaki etkileşimin gerektirdikleri ile ilgili geliştirilen kurallar bütünü” olarak açıklanmıştır. (Folger and Cropanzano, 1998). Greenberg ise, örgütsel adaleti, iş yerindeki adalet algısı olarak tanımlamaktadır (Çarıkçı ve Küçükeşmen, 2018: 30-31).

Örgütsel adalet, Adams’ın “Eşitlik Kuramı” ile ilişkilendirilebilir. Bu anlamda bireyin örgüt içerisinde kendi uğraşısıyla sağlamış olduğu katkı ve kazanımlarını diğer örgütlerdeki bireylerin katkı ve kazanımlarıyla kıyaslayacağı öngörüsüne dayanmaktadır. Yapılan bu kıyastan dolayı kişinin olumlu ya da olumsuz bir kanaat edinmesi sonucunda örgüte katkısında azalma veya artış olmaktadır (Giderler Atalay, 2015: 42). Örgüt çalışanları adalet ile ilgili eksiklik hissettiğinde, çalışanların moralleri düşer, örgütü terk etme düşüncesi ortaya çıkar; ayrıca örgüt karşıtı bazı faaliyetlerde de bulunabilirler (Parker and Kolhmeyer, 2005:357). Bu tanımlardan yola çıkarak örgütsel adalet kavramı; bir organizasyondaki uygulamaların dayandığı ilkelerin net olması, kişiden kişiye farklı uygulamalar olmaması; olması durumunda ise sebeplerinin şeffaf bir şekilde açıklanmasını öngören bir kavram olarak tanımlanabilir. (Koçel, 2018).

2.2. Örgütsel Adalet Türleri

Yapılan literatür taramaları sonucunda örgütsel adaletin dağıtımsal adalet, süreçsel adalet ve etkileşimsel adalet olmak üzere 3 ayrı başlıkta incelendiği sonucuna varılmaktadır.

2.2.1. Dağıtımsal Adalet

Dağıtım adaleti kavramı Adams’ın “Eşitlik Teorisi, Deutsch’un “Dağıtım Teorisi”, Crosby’nin “Göreceli Yoksunluk Modeli” ve Leventhal’ın Adalet Yargı Modeli ile bir bütün haline gelmiştir. Eşitlik Teorisi’ne göre çalışanların örgüte

sağladığı faydalar ile birlikçe çalıştığı kişilerin faydalarını karşılaştırıp yapılan değerlendirmeye göre belirli bir adalet algısı olduğu vurgulanır. Dağıtım Teorisi'ne göre dağıtımın yapısı, dağıtım esnasında üstlenilen roller, dağıtımdaki zaman ve planlama, dağıtımın temeli olan değer, uygulanan kurallar, kriterlerin ölçüm sistemleri ve bu özelliklerin doğru uygulanması için özetle doğru karar alma ve yerine getirmenin uygulanması sağlanmalıdır. Göreceli Yoksulluk Modeli' ne göre çalışanların kendi kazançlarını birlikte çalıştığı kişilerin kazançlarıyla karşılaştırarak adaletsizlik olup olmadığını açıklamaktadır. Adalet Yargı Modeli 'ne göre ise kazanımların dağıtılması ile ilgili uygulanan kararların çalışanların çalışma şartlarına göre değişiklik gösterebileceği anlatılmaktadır. Bu kuramlardan yola çıkarak dağıtımsal adaletin üç temel unsura dayandığı sonucu ortaya çıkmaktadır:

Adillik: Dağıtım süreçleri, açık, şeffaf ve katılımcı bir biçimde yönetilmelidir. Çalışanlar, karar süreçlerine katılma fırsatına sahip olmalı ve dağıtım kararlarının nasıl alındığını anlamalıdır.

Eşitlik: Dağıtımsal adaletin temeli eşitlik ilkesi üzerine dayalıdır. Kaynaklar ve ödüller, yetenek, performans ve katkılar gibi objektif kriterlere dayalı olarak dağıtılmalıdır. Eşitlik ilkesi, her çalışanın hak ettiği değeri almasını sağlar.

Hakkaniyet: Dağıtımsal adalet, kaynakların ve ödüllerin dengeli bir şekilde dağıtılmasını vurgular. Eşitlik veya eşitsizlikte aşırıya gitmek adalet hissini zedeler. Hakkaniyet ilkesi, farklı çalışan grupları arasında adil bir denge sağlar.

Dağıtımsal adalet, çalışanların adil bir şekilde ödüllendirildiğini hissetmelerini sağlar. Bu, çalışanların iş memnuniyetini artırır, motivasyonlarını yükseltir ve örgüte olan bağlılıklarını güçlendirir. (Masterson ve Tyler, 2000). Dağıtımsal adaletin çalışanların iş memnuniyeti, motivasyon ve örgüte bağlılık duyguları açısından oldukça etkilidir. Maddi kazanımlar dışında statü, roller, ayrıcalıklar ve bilgi paylaşımı gibi kazanımlar da göz önünde bulundurulmalıdır. Çalışanlarca kazanımların çoğu maddi olarak algılandığından dağıtımsal adalette algının genellikle para ve mal üzerinde yoğunlaştığı görülmektedir. (Cohen,1987:21).

Dağıtımsal adalet, örgütsel adalet türlerinin ilk boyutu olarak kabul edilmektedir. Çünkü örgütsel anlamda adaletin bu boyutu diğer boyutların ulaşamadığı sonuçlara ulaşabilmektedir. Sonuçları kurumdan kuruma değişiklik gösterebilen dağıtımsal adalet, tüm iş görenlere aynı davranışı içeren bir yönetim anlayışının dışında, farklı bir yönetim anlayışıyla ilgilenmektedir (Cropanzano vd.,2007:37). Sonuç olarak dağıtımsal adalet çalışanların iş tatmini, motivasyonu, örgüte bağlılık ve çalışanlar arası ilişkiler üzerindeki olumlu etkisini

vurgulamaktadır.

Ortaya çıktığı zamanlarda büyük ilgi gören dağıtım adaleti, sonralarda ise eleştirilerin odağı haline gelmiştir. Çalışan katkılarının belirlenmesinde yetersiz kalınması, adaletin sağlanmasına ilişkin çalışmalar yapılırken dağıtımların çalışanlarca adillik algılanması sonucunda verilebilecek tepkilerin ihmal edilmesi, örgütün kaynak dağıtımının, aynı zamanda çalışanların katkılarını da etkilemesi sonucunda ortaya çıkan kavramsal karışıklık, kaynak dağıtımında eşitliğin sağlansa bile insan etkileşimlerine ve yaşam şekillerine bağlı olarak oluşan adaletsizlik algısını açıklamadaki yetersizliği gibi eleştiriler ortaya çıkmıştır. Bu yetersizliklerin ortaya çıkmasıyla araştırmacılar, süreçsel ve etkileşimsel adalet boyutları üzerine odaklanma dönemini başlatmışlardır (Yanık, 2014: 79-80).

2.2.2. Süreçsel Adalet

Süreçsel adalet, örgütte alınan kararların nasıl ve kimler tarafından verildiğinin adaletin sağlanması ile ilgilidir (Ruano-Chamorro vd.,2022:2). Süreçsel adalet, karar alma süreçlerinin adil ve tarafsız bir şekilde yürütülmesiyle ilgili bir kavramdır. Bu adalet türü, belirlenmiş süreçlerin takip edilmesini ve bu karar alma süreçlerinde objektiflik, şeffaflık ve katılımı içerir. Çalışanlar, karar alma süreçleri hakkında net bir şekilde bilgilendirilerek kararların nasıl alındığını ve nasıl etkilendiklerini anlayabilirler. Çalışanlarda, kararlara ulaşmak üzere bir süreç veya prosedürün yöneticiler tarafından doğru ve eksiksiz şekilde uygulanmadığını hissetmeleri durumunda haksız muamele yapıldığına dair bir algı oluşabilir. (Durrani, Shah ve Khan, 2021: 346). Süreçsel adalet, karar alma süreçlerinin adil bir şekilde yönetilmesini sağlayan bazı kriterlere dayandırılabilir (Leventhal vd., 1980). Bu kriterler aşağıda sıralanmıştır:

Tarafsızlık: Karar alma sürecinde karar verenlerin objektif olması, kişisel ön yargılardan uzak durması ve adil bir şekilde değerlendirme yapması gerekmektedir.

Doğruluk ve düzeltilebilirlik: Karar alma süreçlerinde tüm paydaşlar, sürecin nasıl işlediğini ve kararların nasıl alındığını anlayabilmelidir. Bilgilendirme ve iletişim, şeffaflık kriterinin önemli unsurlarıdır.

Temsil Edilebilirlik: Çalışanların karar alma süreçlerine katılımı sağlanmalıdır. Çalışanların fikirleri, görüşleri ve endişeleri değerlendirilmeli ve alınacak kararlara etkileri olmalıdır.

Tutarlılık: Karar alma süreçlerinde benzer durumlar benzer şekilde değerlendirilmeli ve benzer kararlar alınmalıdır. Bu ilke, çalışanların öngörülebilirlik ve eşit muamele hissiyatını güçlendirir.

Etik olma: Süreçler, hukukun üstünlüğü kriteri baz alınarak belirlenmelidir. Yasalara ve etik normlara uygun bir şekilde kararlar alınmalıdır.

2.2.3. Etkileşimsel Adalet

Bu kavramın başlangıcı 1980’li yıllara dayanmaktadır. Etkileşimsel adalet kavramının ilk kullanımı 1986 yılında Bies ve Moag tarafından ortaya atılmıştır. (Colquitt, vd. 2001). Bu kavramla örgüt çalışanları arasındaki etkileşim ön planda tutulur (Kenek vd., 2017: 54). Diğer boyutlar açısından etkileşimsel adalet, üç bileşenin en basiti olarak değerlendirilebilir. Bir çalışanın diğerine nasıl davrandığını ifade eder. Bir kişi, bilgiyi uygun bir biçimde paylaşırsa ve kaba sözlerden kaçınırsa, etkileşimsel olarak adildir (Colquitt, Conlon, Wesson, Porter, & Ng, 2001). Bu adalet boyutu, karar verme metotlarına, bu metotlar sonucunda ortaya çıkan kararları bildirirken çalışanlara olan yaklaşım şekillerini içeren adalet algısına değinmektedir (Niehoff ve Moorman, 1993).

Greenberg (1990:411) etkileşimsel adaleti, süreçsel adaletin bir tamamlayıcısı olarak tanımlamıştır. Süreçsel adaletle ilişkin düşünceler, kazanımların tahsisinde veya uyuşmazlıkların çözümünde kullanılan usuller dışında faktörlerden de etkilenmektedir. Greenberg, 1993 yılında etkileşimsel adalet algısını “kişilerarası adalet” ve “bilgisel adalet” olmak üzere iki farklı boyuta ele almıştır. Kişilerarası adalet, iş görenler ile yöneticiler arasındaki iletişimde bireylere nasıl davranıldığını yansıtırken; bilgisel adalet; süreçler hakkında bireylerle paylaşılan doğru ve gerçek bilginin miktarını yansıtmaktadır (Robinson, 2004:11). Bies ve Moag’a (1986) göre etkileşimsel adaleti oluşturan dört temel etken bulunmaktadır (Tekeli, 2014: 13):

Açık sözlülük: Yöneticiler tarafından karar alınırken ve işlem uygulanırken her türlü aldatıcı davranıştan uzak durmalı ve çalışanlar ile yöneticiler arasında kurulan iletişimin dürüstlüğü ön planda olmalıdır.

Gerekçe Sunma: Yöneticilerce bir karar alındıktan sonra, alınan karar ile ilgili gereken açıklama yapılabilmelidir.

Saygı: Yöneticiler çalışanlarına karşı saygılı davranmalıdır. Olumsuz davranışlardan uzak durmalıdır.

Adaletle Uygunluk: Yöneticiler önyargılı davranışlardan uzak durmalı ve çalışanlara karşı kendilerini huzursuz edecek davranışlardan ve sorulardan

(din, dil, ırk vb. küçük düşürecek) kaçınmalıdırlar.

2.3. Örgütsel Adalet Kuramları

Greenberg, “Örgütsel Adalet Türlerinin Taksonomisi” başlıklı çalışmasıyla var olan kuramları iki bağımsız boyut yardımıyla sınıflandırmıştır. Reaktif kuramlar çalışanların adaletin uygulanmadığı durumlardan uzaklaşmak istemesini ve adaletsiz davranışlara karşı verilen tepkileri inceler. Proaktif kuramlar ise çalışanların örgütlerinde adaleti sağlamak amacıyla gösterdikleri davranışları inceler. Süreç kuramları, örgüt içerisinde çalışanların elde ettiği kazanımların nasıl belirleneceği ve adil olup olmadığı ile ilgilidir. İçerik kuramları ise çalışanlara kazanımları dağıtırken adaletli davranılıp davranılmadığı hususu ile ilgilidir (Greenberg, 1990).

2.4. Örgütsel Adalet Kavramının Etkileşim Kurduğu Bazı Faktörler

Örgütsel adalet kavramı, ana unsuru insan olan yani örgüt çalışanlarının kişisel özelliklerinden kaynaklanan demografik unsurlar ile olan ilişkisinin yanı sıra örgütsel davranış kavramlarının da birçoğu ile ilişkilidir.

2.4.1. Örgütsel Adalet ve Kişisel Etmenler İlişkisi

Burada konuyla ilgili yapılan araştırmalarda çalışanların bazı demografik değişkenlerine ilişkin tespitlere yer verilmiştir.

Eğitim Seviyesi: Yapılan çalışmalar, eğitim seviyesi yüksek olan bireylerin örgüt içi adalet hakkında daha duyarlı davrandıklarını, kendi haklarını gözetme konusunda ve kendileriyle ilgili alınacak olan kararlara katılım sağlama hususunda daha atak olduklarını, beklentilerinin de daha fazla olduğunu göstermektedir (Yazıcıoğlu ve Topaloğlu, 2009: 10-11).

Yaş: Yaşın ilerlemesi kişinin kendini ifade edebilmesi için önemlidir. Wagner, Rush (2000) tarafından yapılan araştırmalar sonucunda genç çalışanlarda tatmin olma hissi, örgüte bağlılık, güven ve adalet ilişkisi yaşlılara göre daha ön plana çıkmaktadır (Çakır, 2006: 100).

Cinsiyet: Araştırmalarda meslektaşların bireysel özellikleri ile adalet algıları arasındaki ilişkiler incelenmiş ve sonucunda örgütsel adalet algısı (süreçsel, etkileşimsel ve dağıtımsal adalet algılarının tümü) ile cinsiyet arasında bir ilişki olduğu sonucuna varılmıştır (Anderson, Shinew, 2003: 230-231). Leventhal ve Lane (1970), erkeklerin ve kadınların adaletin eşitlik kuralına farklı biçimde bağlı olduklarını, erkeklerin ödül dağıtımındaki ana amaçlarının kendi

çıkarlarını korumak iken; kadınların ana amaçlarının ise tüm örgüt üyelerinin refahını korumak olduğu sonucuna varmıştır.

2.4.2. Örgütsel Adaletin Etkileşim Kurduğu Örgütsel Davranış Kavramları

Örgütsel Adalet ve Örgütsel Vatandaşlık İlişkisi: Örgütsel vatandaşlık kavramı, başlangıçta isteğe bağlı olan ve genellikle tanınmayan veya ödüllendirilmeyen, ancak yine de örgütün işleyişini geliştiren kasıtlı çalışan davranışı olarak tanımlanmıştır (Ölçer, 2020:407-414). Örgütsel adaletin boyutları ile örgütsel vatandaşlık davranışları arasında pozitif ilişkiler bulunmuş ve örgütsel adalet boyutlarından özellikle etkileşimsel adaletin vatandaşlık davranışlarının adalet algısı ile ilişkisinde daha çok etkisi olduğu sonucuna varılmıştır (Moorman, Blakely, ve Niehoff, 1998, s. 351). Örgütsel adalet boyutları açısından yapılan bir diğer çalışma sonucunda da dağıtımsal, süreçsel ve etkileşimsel adalet ile çalışanların örgütsel vatandaşlık davranışları arasında olumlu ilişkiler bulunmuştur (Williams vd. 2002).

Örgütsel Adalet ve Örgütsel Bağlılık İlişkisi: Örgütsel bağlılık, bir bireyin belirli bir örgüt ile kimlik birliğine girerek oluşturduğu güç birliği şeklinde tanımlanabilir (Örücü ve Kışlalıoğlu, 2014). Bir örgütün adalet algısının yüksek olması ve çalışanlar tarafından da bunun hissedilmesi, çalışanların örgütsel bağlılıklarını artırmakta olduğu yapılan çalışmalar sonucunda anlaşılmaktadır. (Ölçer, 2020:407-414).

Örgütsel Adalet ve Örgütsel Güven İlişkisi: Örgütsel güven McAllister (1995)'ın ifadelerine göre; bireylerin birbirlerine karşı ifadelerinden, davranışlarından ve aldıkları kararlardan emin olmaları olarak tanımlanabilir (Axelrod, 2004; akt. Özler, Atalay ve Şahin, 2010, s. 51). Örgütsel güven, iş birliğini artırma, performans, hedef belirleme, takım ruhu, liderlik, çalışan memnuniyeti gibi organizasyonel faaliyet ve süreçlere önemli katkı sağladığı gibi örgütsel adalet ile örgütsel güven arasında olumlu bir ilişki olduğu belirtilmektedir (İşcan ve Sayın,2010:202).

Örgütsel Adalet ve Demokrasi İlişkisi: Örgütsel demokrasi, örgüte ilişkin kararların birlikte alınması ve hukukun üstünlüğüne inanan, insan haklarına saygılı ve örgütün imkanlarını çalışanlar için kullanan bir yönetim anlayışıdır. Çalışan katılımı ön plandadır. Örgütsel demokrasinin katılım, eleştiri, şeffaflık, adalet, eşitlik, hesap verebilirlik olmak üzere altı tane temel ilkesi vardır (Ölçer, 2020:407-414). Örgüt içerisinde görev dağılımı esnasında demokrasiden uzak

şekilde taraflı bir şekilde davranma, performans değerlendirmede eşitsizlikler, açık ve dürüst bir iletişim sistemi eksikliği gibi durumlar çalışanların hakkaniyet algıları üzerinde negatif bir etki oluşturmaktadır (Çankaya, 2018).

Örgütsel Adalet ve Örgütsel Destek İlişkisi: Bir örgütte çalışanlara verilen maaş, ödül ve cezalarda adil davranılıyorsa örgüt çalışanı, örgütte haksızlık yaşamayacağını hissederek görevlerini başarıyla yerine getirerek örgütü sahiplenmesini sağlar. Bu sebeple örgütsel adaletin, çalışanların örgütsel destek algılarını artırarak hem örgütün hem de çalışanların hedeflere yönelik ilerleme sürecinde ortak hareket etmelerine katkıda bulunur (Ölçer, 2020:407-414).

Örgütsel Adalet ve İşten Ayrılma Niyeti-İş Tatmini İlişkisi: İş tatmini, çalışanın yapmakta olduğu işe yönelik olumlu duygu, düşünce ve tutumları şeklinde tanımlanmaktadır. (Zencirkıran ve Keser,2018:103). Çalışanların ulaşmak için çabaladıkları hedefler ile örgütün hedeflerinin uyumu, çalışanların örgütten bekledikleri kazançlar ile elde ettikleri kazançların karşılaştırılması, iş tatmini ile yakından ilişkilidir (İşcan ve Sayın,2010:198). İş tatmininin performans ile olan ilişkisi verimlilik ile örgütsel vatandaşlık davranışı olduğu da ortaya sunulan bir görüştür. (Organ,1988:296).

Örgütsel Adalet ile Motivasyon ve İş Performansı İlişkisi: Örgütsel adalet, motivasyon açısından önemli bir unsur olmakla birlikte adaletsizlik ile karşılaşanların motivasyonlarının düştüğü belirtilmektedir (Folger ve Cropanzano, 1998). Adaletsizlik hissiyatının oluşması, performans ve motivasyonu azaltıcı etki gösterirken, örgütte saldırganlık ve hırsızlık gibi olumsuz davranışların ortaya çıkmasına neden olur. Araştırmalar sonucunda dağıtımsal ve süreçsel adalet boyutları ile performans ilişkisi arasında pozitif ilişkiler olduğu ortaya çıkmıştır (Ölçer, 2020:407-414).

Örgütsel Adalet ve Liderlik İlişkisi: Liderlik vasfının örgütsel adalet algısı üzerindeki etkisi birçok araştırma ile ortaya konulmuştur. Örgüt liderinin vizyon belirlemeye ilişkin uğraşlarının, örgütün politikalarını gösterir bir durum ortaya çıkardığından çalışanların adalet algılarını etkilediği ifade edilmiştir (Moorman ve Niehoff, 1993). Yardımsever, katılımcı, destekleyici, etik gibi unsurlara sahip liderlerin çalışanların etkileşim adaleti algısında pozitif etkilerinin olduğu açıklanmaktadır (Tokmak, 2018: 20).

Örgütsel Adalet ile Örgütsel İntikam ve Örgütsel Sabotaj İlişkisi: İntikam duygusunun ortaya çıkış sebebi adalet ve hakkaniyeti aramaya dayanmaktadır. Yüksek adaletsizlik hissiyatının oluşması saldırganlığı artırmaktadır. Bu saldırganlıklar çalışan tarafından hırsızlık yapılması, asosyal davranışlar, sabotaj gibi intikam unsuru içeren olumsuz hareketler olarak gösterilebilir. Çalışan, yaşadığı olumsuzluğun sebebini kurum olarak görürse üretme karşıtı davranışlar sergileyerek kendince adaleti sağlamaya çalışır. Bu davranışlar örgütün menfaatlerini göz ardı etmek olarak ifade edilir. Yapılan araştırmalar; örgütsel adalet ile sabotaj arasında sebep-sonuç ilişki içeren bir bağ olduğunu göstermiştir. Ayrıca güçsüzlük, hayal kırıklığı, işin kolaylaştırılması, can sıkıntısı, yöneticilerin yönetim tarzı ve kişilik özelliklerinin de örgütsel sabotajın ortaya çıkış sebepleri arasında gösterilmektedir (Kaya ve Tekin, 2020:491).

Örgütsel Adalet ve Kronizm İlişkisi: Kronizm, eş dost ilişkisinin esas alındığı kayırmacılık türüdür. Kronizmde belirli grupların diğerlerine göre daha fazla fayda sağladığı sosyal ağ yapıları oluşmaktadır. Bu tarz yapılarda yöneticiler, performansa bağlı olmayan faktörlere veya karşılıklı olarak lehine bir alışverişe dayalı kararlar verebilmektedir. Ortaya çıkışının ana etmeni olarak patronaj ilişkileri, kişisel fayda ve beklentiler gösterilir. Bu tür kayırmalar örgütün itibarını zedeler durumları beraberinde getirecek; çalışanlar arası, çalışan ve yönetici arasındaki güveni negatif yönde etkileyerek iş performansını düşürür, örgüt sistemini ve iş akışını yavaşlatan bir sürece sebep olmaktadır (Yıldırım ve Sunman, 2020:377-379).

3. ORGANİZASYONLARDA ÇATIŞMA

3.1 Çatışma Kavramı

Değişik şekillerde ve düzeylerde, değişik ortamlarda ortaya çıkması nedeniyle çatışma kavramının net bir tanımını yapmak oldukça zordur. Genel anlamda çatışma, kişinin bulunduğu yerde ve zamanda, kendisi veya farklı gruplar ile yaşadığı uyumsuzluk veya anlaşmazlık olarak belirtilebilir. (Robbins, 1996: 505).

3.2. Organizasyonlarda Çatışma ve Çatışma Türleri

Çatışmanın önüne geçmek ve organizasyonun başarısını devamlı kılmaya çalışmak, tüm organizasyonların en temel problemlerinden olmuştur. Son yıllarda çatışmayı ortadan kaldırmak yerine, onu doğal bir sonuç olarak algılayıp, çatışmayı etkin bir şekilde, organizasyonun hedefleri doğrultusunda yönetmek, tüm örgütlerin uyguladığı bir yöntem olmuştur. İnsanın ve

etkileşimin bulunduğu her tür ortamda çatışmanın kaçınılmaz olduğu kabul edilmiştir. Kabul edilen çatışma gerçeğinin değerlendirilmesi ve yönlendirilmesi yöntemiyle organizasyonun çıkarlarına uygun sonuçlar ortaya çıkacağı kabul edilmiştir (Eryeşil, Öztürk, 2015). Organizasyonlar içindeki çatışma şekilleri aşağıda belirtilmektedir:

3.2.1. Taraflarına Göre Çatışmalar

Örgüt içi çatışmalar, çatışmaya taraf olanlar açısından özelden genele doğru şöyle açıklanmıştır:

Kişinin İç Çatışması: Kişinin ne yapacağından emin olmadığı işe yönelik birbiriyle çelişen istekler ile karşılaştığı veya yapacağı işten fazlası şahıstan talep edildiği zaman ortaya çıkan rahatsızlık ve baskı altında olma durumu kişide çatışmaya sebep olmaktadır (Koçel, 2010: 397). Kişinin karar verme mekanizmasını negatif yönde etkilediğinden bireyin gerginlik seviyesini arttırarak içsel bir çatışma yaşamasına neden olur (Cüceloğlu, 1999: 282).

Kişilerarası Çatışma: Bireylerin amaçlarının, izledikleri yolların, çıkarlarının, edinmiş oldukları bilgi ve verilerin, değer yargıları ve dünya görüşlerinin farklı olması sonucu ortaya çıkar. İki ya da daha fazla bireyin çeşitli konular ile ilgili anlaşmazlık yaşaması olarak tanımlanabilir (Koçel, 2018:665). Bireysel farklılıklar ile birlikte, iletişimde yaşanan aksamalar ve organizasyonun yapısal özellikleri de kişilerarası çatışmanın önemli sebepleri arasında gösterilir (Güzel, 2010: 22). Bu durumda süreç ilerledikçe çatışmalar komplo ve fiziksel saldırı şekline dönüşerek, organizasyonda daha büyük problemlere sebebiyet verebilir (Öztaş, 2005: 36).

Grup İçi ve Gruplar Arası Çatışma: Bireyler ile grup arasında yaşanan çatışma; bireylerin gruplarca belirlenmiş bazı normları kabul ettirmeye çalışması sonucu ortaya çıkar. Grupların çalışma yöntemini, amacını, kurallarını benimsemeyen kişiler ile gruplar arasındaki çatışma türüdür (Koçel, 2018). Gruplar arası çatışma ise farklı iki veya daha fazla grup arasında meydana gelen çatışma şeklinde tanımlanabilir. Yöneticiler en çok bu çatışma türünde zorlanırlar. Yöneticilerin de bir grubun mensubu olduğu durumda, yönetici açısından çatışma yönetimi daha zor bir hale gelir. Çünkü çatışma yönetimi sağlıklı yönetilmezse sorun daha da büyüyüp organizasyonun işleyişini olumsuz etkileyecektir (Koçel, 2018).

Organizasyonlar Arası Çatışmalar: Organizasyonlar arası çatışmalar, bir noktaya kadar birbiriyle bağlı olan organizasyonlar arasında bireysel veya grup

seviyesinde ortaya çıkarak tarafların birbirleri ile anlaşmazlık yaşamasına sebep olan çatışmalardır. (Jones ve George, 2008). Mesela üretici organizasyon-bayi, organizasyon- sendika, tedarikçi-işletme, rakip işletmeler arası çatışmalar gibi çatışmalar örnek verilebilir (Koçel, 2018).

3.2.2. Ortaya Çıkma Şekillerine Göre Çatışmalar

Organizasyonda meydana gelen çatışmalar belirli evrelerden geçmektedir. Bu evreler şöyle sınıflandırılmıştır:

Potansiyel Çatışma: Organizasyon içerisinde henüz çatışmaya neden olmamakla birlikte çatışmaya neden olabilecek durumların varlığı söz konusudur (Çağlayan, 2006: 60). Mesela hedef farklılıkları, kıt kaynaklar, ayrılmış gruplar gibi etkenler potansiyel taşıyan olası çatışma sebepleridir (Koçel, 2018).

Algılanan Çatışma: Çatışmanın tarafı olan bireylerin kendilerini tehdit eden etkenlere karşı savunma mekanizmasını kullanarak, baskı veya dikkat dağıtma şeklinde durumu halletmeye çalıştığı ama henüz yüz yüze geline bir çatışma oluşmadığı anlaşılan bir çatışma olarak belirtilir (Şimşek vd., 2001). Kısaca çatışmaya konu olan tarafların olayları ve durumları algılama tarzları olarak ifade edilebilir (Koçel, 2018).

Hissedilen Çatışma: Hissedilen çatışma, çatışma durumundaki bireylerin meydana gelen olaylar karşısındaki hisleri ile ilgilidir. Çatışmanın en önemli belirtileri endişe, kırgınlık ve kızgınlık olarak gösterilebilir (Şimşek, 2002: 297; Koçel, 2005: 666). Davranışlar iş birliği, uzlaşma, rekabet, uyarlanma ve kaçınma olarak karşılık bulmaktadır (Tokat, 1999).

Açık Çatışma: Birey veya grupların açıkça çatışma aşamasına gelmeleri ve buna yönelik davranışları göstermeleridir. Ağır sözler, engel çıkarma, daha da ilerlemesi halinde şiddete başvurulması gibi etkenler örnek gösterilebilir. (Koçel, 2018).

3.2.3. Organizasyon İçindeki Yerleri Bakımından Çatışmalar

Çatışmaya taraf olan kişi veya grupların organizasyonun hiyerarşisindeki yerine göre yapılan bir sınıflandırma şeklidir.

Dikey Çatışma: Dikey çatışma, organizasyonda çalışan astlar ile üstler arasında meydana gelen ve genellikle üstlerin astları sıkı denetime tabi tuttuğu,

astların da buna dayanmaya çalıştığı durumlarda ortaya çıkar (Luthans, 1995).

Yatay Çatışma: Organizasyonda aynı kademedeki bireyler arasında meydana gelen anlaşmazlık durumudur. Organizasyon içinde farklı hedefleri paylaşan, kıt kaynakları kullanan ve rakip olan eşit kademedeki çalışanlar arasındaki terfi, iş yapma yöntemi, kaynakların paylaşımı gibi örnekler verilebilir (Ertürk, 1995).

3.2.4. Fonksiyonlarına Göre Çatışmalar

Fonksiyonel Çatışma: Organizasyonların hedeflerini gerçekleştirmesine katkıda bulunan çatışma türüdür. Organizasyonun bazı kısımlarındaki sorunları ortaya çıkarabilir ve yöneticiler tarafından fark edilmesine olanak tanır. Organizasyona hareket getirecek yeniliklerin ve değişimlerin yaşanmasına ön ayak olur (Koçel, 2018).

Disfonksiyonel Çatışma: Organizasyonu hedeflerini gerçekleştirme açısından katkısı olmayan ve bu hedeflere ulaşma sürecini uzatan çatışmalardır. İki ya da daha fazla grup arasındaki çatışma grupta yıkıcı fikir ayrılıklarına neden olur ve organizasyonun verimliliğinin azalmasına yol açar (Şimşek ve Kınır, 2006). Fonksiyonel çatışma ile ters etkiye sahiptir; anlaşmazlıklar çözülemez ve çatışma tamamen durdurulamazsa örgütsel süreçler engellenebilmektedir (Aydemir, 2018: 260).

3.3. Çatışma Nedenleri

Organizasyonlarda çatışma olgusu pek çok faktöre dayanabilir. Çatışmaların iyi anlaşılabilir ve yönetilmesi ve organizasyonun bu durumdan fayda sağlayabilmesi için öncelikle çatışmanın ortaya çıkış nedenlerinin bilinmesi gerekmektedir (Öztaş, 2005). Organizasyonlardaki çatışma kaynaklarının bir bölümü kişiler arasında iken; bir bölümü organizasyondaki çeşitli birimler arasındadır (Koçel, 2014: 776).

3.3.1. Kişisel Nedenler

Organizasyonlardaki çatışma kaynaklarından kişisel olan faktörlerden bazıları şunlardır:

Kişilik Farklılıkları: Kişilerin farklı hedeflerinin, özelliklerinin olması, yaşananlar karşısında farklı tepki göstermeleri çatışmalara sebep olabilir (Eren, 2011). Araştırmalar sonucunda, otoriter, yenilik ve değişim karşıtı kişilik yapısına sahip bireylerin çatışmayı arttırdığı görülmüştür (Şendur, 2006:7). Bireylerin kişilik farklılıkları yönetim stratejilerine de etki etmektedir. Kişilik

olarak yaşadığı çatışmaları barışçıl yöntemlerle çözen bireyler ile, yıkıcı yöntemlerle çözen bireyler farklı çatışma yönetim stratejileri kullanacaktır (Türnüklü, 2007:130).

Amaç ve Çıkar Farklılıkları: Bireyler ve gruplar arasında ulaşılabilecek hedefe ilişkin farklı görüşlerin ortaya çıkması çatışmalara sebep olabilir. Yöneticiler işletmenin veya bölümlerin amaçları ile ilgili farklı düşüncelere sahip olacakları gibi, yöneticiler ile personel arasındaki amaç farklılıkları da önemli bir çatışma sebebi olabilir (Koçel, 2018.) Çalışanların, verdikleri emek karşılığında aldıkları maaş, ek ödenekler, maddi ve manevi her türlü uygulamalar çalışanların çıkarlarını gösterir. Bu uygulamalarda çalışanlar arası farklılıklar olması veya yönetim tarafından rahatsız edici bir karar alınması çatışmaya sebebiyet verebilir (Koçel, 2018).

Statü Farklılıkları: Organizasyonlarda hiyerarşik bir yapı mevcut olduğundan alt ve üst statüde kişi veya gruplar bulunur. Alt statünün üst statüye emir vermesi, alt statüdeki bireyin, üst kademedeki bireyin orada olmaması gerektiğini savunması, kendini o kademedeki bulunacak kapasitede hissetmesi ve üsttekilerin alttakileri baskılamaya çalışması, alttakilerin tavsiye edeceği faydalı durumları görmezden gelmeler gibi nedenler çatışmalara sebep olmaktadır (Ceylan vd., 2000).

3.3.2. *Organizasyonel Faktörler*

Organizasyonlardaki çatışma kaynaklarından organizasyon sebepli faktörlerden bazıları şunlardır:

Organizasyonda Güç Mücadelesi: Organizasyon çalışanları, güç alanlarını çeşitli sebeplerle genişletmek istemeleri durumu diğer çalışanlar ile çatışma seviyesine gelmesi olarak görülebilir. Davranışları belirleyen algıdır kavramıyla yorumlanacak olursa, yöneticinin davranışının güç arttırma davranışı şeklinde algılanması halinde çatışma yaşanacağı durumu önemlidir (Koçel, 2018).

Organizasyon İçi Değişiklikler: Organizasyonlar genellikle aktif ve sürekli değişim gerektiren yerler olarak faaliyet gösterirler. Bu değişimlere ayak uyduramama durumunda çatışma ortaya çıkabilir. Yeniden yapılanma, işletmenin el değiştirmesi ve birleşmesi gibi faaliyetler sonucunda ortaya çıkan yeni koşullar hem alt kademe hem de üst kademe için çatışma sonucunu beraberinde getirebilir. Bunu önlemek için çalışanların kurumsal yeteneklerinin geliştirilmesi gerekmektedir (Koçel,2018).

Ortak Kaynakları Paylaşma: Organizasyonda bulunan bireylerin veya grupların çalışmalarına ilişkin olarak bazı ortak kaynakları paylaşmaları ve kendilerine düşen payı arttırmak amacıyla rekabet ortamına girmeleri çatışmanın çıkmasına yol açabilir. Kıt kaynak kullanımı uzlaşma, paylaşma ve empati kültürünün pek bulunmadığı topluluklarda daha sık çatışmalara neden olmaktadır (Koçel,2018).

Yönetim Tarzındaki Farklılıklar: Yöneticinin değişimiyle beraber organizasyonda bilinmezliğin getirdiği bir huzursuzluk meydana gelebilir. Yönetici her ne kadar iyi niyetli bir yönetim politikası uygulasa da diğer çalışanlar bazen bunu daha farklı yorumlayarak yöneticiye karşı olumsuz duygular hissedebilir. Bazen de yöneticinin otoriter olması, güç ve statü arzusu ve astlarına karşı baskıcı bir yönetim göstermesi de diğer çalışanlar açısından daha fazla olumsuzluğun çıkmasına sebep olabilir (Labianca, 2014).

İşler Arası Fonksiyonel Bağlılık: Organizasyondaki işler ve bu işleri yapanlar arasında toplu bağlılık, sıralı karşılıklı bağlılık ve çok yönlü karşılıklı bağlılık gibi bazı fonksiyonel bağlılıklar mevcuttur. Toplu bağlılık tipinde birimlerin birbirleriyle olan ilişkileri az olduğundan önemli bir çatışma durumu olmaz. Sıralı karşılıklı bağlılık tipinde ise birimlerin ilişkisi arttığından çatışma meydana gelme olasılığı artmakta olup; çok yönlü karşılıklı bağlılık tipinde de yine ilişkilerin en üst seviyede olduğu göz önünde bulundurulduğunda çeşitli çatışmaların ortaya çıkma ihtimali en üst seviyeyi görür (Koçel,2018).

İş Cetvelinden Kaynaklanan Farklılıklar: Organizasyon içerisinde birbirine bağımlı sorumlulukları olan bireyler arasında yetki ve sorumluluk sınırlarının net şekilde belirlenmemesi durumunda çatışmalar kaçınılmaz olur. Sınırların belirlenmesi ile çatışma düzeyi azalacaktır (Çağlayan, 2006: 47). İş cetvelinde birbirini izleyen mantıksal süreçlerin olması gerekliliğine karşın; görev sınırları, işe nerden başlanıp işin nerede bitirileceği iş cetvelinde tam anlamıyla belirtilmemektedir. Yapılacak işin farklı bölümler ile etkileşimde olması ve bu bölümlerin kim tarafından halledileceğinin belirsiz olması, ortada kalan işlerin meydana gelmesine; bölümler şeklinde yapılacak olan işlerde birden fazla yöneticiye karşı sorumlu olmak, sorumlulukların birbirine girmesine ve çatışmaya sebep olmaktadır (Eren, 2011).

3.3.3. İletişim Faktörü

Organizasyon içi mesaj akışında meydana gelen gecikmeler, mesajların açık olmaması, geri bildirim yapılmaması yanlış anlaşılmalara ve çatışmaya yol

açmaktadır (Sarpkaya, 2002: 417-418). Organizasyonlarda haberleşme aksadıkça iletişim anlaşılamamakta ve görevler tam anlamıyla yerine getirilememektedir. Bu nedenle çatışmayı yönetecek olan yöneticinin çatışan taraflar arasında iletişimi tam anlamıyla sağlaması önemlidir (Sütlü, 2007: 13).

3.4. Organizasyonlarda Çatışma Yönetimi

Organizasyonlarda yöneticilerin başta gelen görevlerinden biri de çalışanlar veya gruplar arasında meydana gelen çatışmaları organizasyonun hedeflerine faydalı olacak şekilde çözümlemek, yönlendirmek ve yönetmektir. Çatışma yönetim modelinde şu safhalar kullanılır (Koçel,2018) :

- Mevcut çatışmaların tanısı.
- Çatışmalarının kökenine inerek nedenlerini araştırma.
- Çatışma yönetimini sağlayacak çözümler bularak bu çözümleri uygulama.
- Uygulama sonuçlarının başarılı olup olmadığını değerlendirme.

Çatışmalarda izlenebilecek çözüm yolları, kişisel ve organizasyonel açıdan yani kişiler ve grupların sergileyecekleri davranışlar yönünden değerlendirilirse daha faydalı olacaktır.

3.4.1. Kişisel Açıdan Çatışma Tepkileri

Çatışmanın tarafı olup baskı gören bir birey, ortamdan istifa etmek, devamsızlık yapmak gibi davranışlarla uzaklaşma veya organizasyona ilişkin konulara ilgisiz kalma; yani *çekilme ve kayıtsız kalma* tepkisini gösterebilir. Çatışma ve baskı sonucunda *saldırganlık* tepkisi ile karşılaşılabilir. Bu tepki işe, fikre veya projeye karşı olabileceği gibi kişiye veya organizasyonun kendisine de olabilir. Bu tepkiye verilecek olan cevaba göre çatışma hali kontrol altına alınabileceği gibi kontrol dışında da kalabilir. Çatışmanın ortaya çıkış nedenini kişisel olarak *rasyonelleştiren* kişi, kendini savunmaya geçer. Kısacası başarısızlığına kılıf uydurmaya çalışır. Devamında da bu başarısızlığın sebebini diğer kişilere yükleyerek çatışma ortamına sebebiyet verir. Bazen de trip atmak, küsmek, acındırmak gibi *olgun olmayan davranışlar* sergileme durumunda bulunurlar (Koçel, 2018).

3.4.2. Örgütsel Çatışma Yönetim Yolları

Uzlaşma: Uzlaşma yönteminde, taraflar arasında ortak bir noktada anlaşma sağlanmaya çalışılır. Taraflar, kendi çıkarlarından biraz ödün vererek ortak bir çözüm bulmaya çalışır. Bu strateji, taraflar arasında hızlı bir çözüm sağlamak ve ilişkileri korumak için kullanılabilir. Uzlaşma sonucunda ne bir kazanan ne de

bir kaybeden vardır. Her iki taraf da anlaşma sonucundan memnundur ve yeterli tatmin edici bir karara varılmasına imkân sağlanmıştır (Çağlayan, 2006: 110).

İş birliği: Taraflar birlikte çalıştırılarak ortak bir çözüm bulunmaya çalışılır. Bu strateji, taraflar arasında güveni artırır ve karşılıklı anlayışı geliştirir. Taraflar, ortak hedeflere ulaşmak için birlikte çalışarak çatışmayı ortadan kaldırmayı amaçlar. Bu yöntemin amacı; gruplar arasındaki etkileşim ve haberleşmeyi arttırmak, rekabetin olumsuz işlevlerini azaltmak ve bağımsız çalışma yerine karşılıklı dayanışma fikrinin benimsenmesini sağlamaktır (Çağlayan, 2006: 116).

Uzaklaşma: Uzaklaşma stratejisinde, çatışmadan kaçınma yoluna gidilir. Yöneticiler çatışmalara müdahale etmeyi ya da bir taraf olmayı seçmeyebilir (Koçel, 2018). Yönetici, çatışmayı görmezden gelir veya erteleyerek sorunu çözmek yerine ondan kaçarlar. Bu strateji, çatışmanın yatışması veya zamanla kendiliğinden çözülmesi beklenen durumlarda kullanılabilir.

Çatışma Kaynağının Ortadan Kaldırılması: Çatışmaya sebep olan kişi, konu veya kaynakların ortadan kaldırılarak çatışmaya son verilmesi yöntemidir. Çatışma yaşayan kişileri ayırma, kişilerden birini organizasyondan uzaklaştırma, çatışma konusu iş bölümünü değiştirmek veya uygulamamak, ortak kaynakların paylaşımında çıkan sorunlara yönelik olarak kaynakları arttırmak gibi çözüm yollarıyla çatışmanın ortadan kaldırılması amaçlanır (Koçel, 2018).

Güç Kullanımı: Güç kullanımı stratejisinde, yönetici üstünlüğünü ve gücünü kullanarak istediği sonucu elde etmeye çalışır. Yönetici, gücünü kullanarak çatışmayı önleme amaçlı, taraflı veya tarafsız bir karar verir ve çalışanlar bu karar uymak zorunda olduğundan çatışma sona erer. Bu durum, uzun vadede yeni çatışmaları ortaya çıkartabilir (Koçel,2018).

4. ORGANİZASYONLARDA ÖRGÜTSEL ADALET VE ÇATIŞMA İLİŞKİSİ

Bu kısımda organizasyonlardaki çatışmanın oluşumunda örgütsel adaletin etkisi ve bu çatışmanın yönetimi ile ilgili başlıklara yer verilmiştir.

4.1. Örgütsel Adaletin Organizasyonlarda Çatışmanın Oluşumundaki Etkisi

Örgütler farklı kültür fonksiyonlarına sahip kişilerden meydana gelmektedirler. Örgütsel adalet, organizasyonların hedeflerine ulaşabilmeleri

için çalışanların da bu hedeflere yönlendirilmesi açısından kilit rol oynamaktadır. Çalışanların örgütte kendilerine ne kadar adil davranıldığına ilişkin algılarını ve bu algıların örgütler açısından başka sonuçlar (çatışmalar) üzerindeki muhtemel etkileri de dahildir. Kaynakların dağıtım şekli, kural ve prosedürlerin uygulanma şekli, üstlerin astlara davranış şekilleri çalışanların adalet algısını ve dolayısıyla örgütün performansını etkiler. Bu sebeple örgütsel adalet çalışanların örgüte ilişkin görüşleri bağlamında olumlu ve olumsuz tavır veya davranışlara sahip olmalarını etkileyen önemli bir konudur (Şimşek vd. 2020).

Adaletli bir ortamın oluşturabilmesi mevcut birçok problemin çözümüne yardımcı olmakla kalmayıp; ortaya çıkması muhtemel çatışmaların da önüne geçilmesi demektir. Adalet algısı, kişiler arasında sağlıklı bir çalışma ortamı yaratılması, adil bir dağıtım sağlanması, çalışanların itiraz hakkının bulunması, ayırım yapılmaksızın eşit muamele vb. etkenlere dayanmaktadır.

Örgütsel adalet kavramının birçok davranış yönetimi kavramıyla ilişkili olması da örgütsel adalet kavramının önemini ortaya koymaktadır. Bağlılık, güven, demokrasi, vatandaşlık gibi örgütleri yakından ilgilendiren ilişkilerin neredeyse tamamı örgütsel adalet kavramı ile de yakın ilişkilidir. Bu ilişkilerin aksamaması halinde mutlaka çatışmanın ortaya çıkacağı anlamına gelmemekte; fakat adalet olgusunda aksamanın olması, organizasyonel çatışmanın yaşanmasını kaçınılmaz kılmaktadır.

Örgütsel çatışma, örgütte iki veya daha fazla birey veya grup arasındaki kıt kaynakların paylaşılması veya faaliyetlerin tahsisi ile yine bu kişi veya gruplar arasındaki statü, hedef, değer ve algı farklılıklarından meydana gelen anlaşmazlıklar olarak tanımlanmaktadır (Şimşek vd. 2020). Tanımdan da anlaşılacağı üzere kıt kaynakların paylaşılması veya faaliyetlerin tahsisi hususlarında olumsuzluk yaşanması demek örgütsel adaletin sağlanmaması demektir. Bu da örgütsel adalet ile çatışma ilişkisinin negatif etkisini kanıtlar niteliktedir.

Bu konuya ilişkin Şanlımeşhur'un yapmış olduğu "Organizasyonlarda Algılanan Örgütsel Adalet ile Çatışma İlişkisi ve Bir Araştırma" tez çalışmasında; örgütsel adalet ile örgütsel çatışma arasında negatif yönlü bir ilişki bulunduğu sonucuna varılmıştır. Çalışmada, örgütsel adalet boyutlarının örgütsel çatışma ile olan ilişkisi de araştırılmış, işlemsel ve etkileşim adaleti ile örgütsel çatışma arasında negatif yönlü bir ilişki olduğu ortaya konmuştur. Adalet boyutlarının örgütsel çatışma üzerindeki etkisi incelenmiş ve işlemsel adaletin örgütsel çatışma üzerinde zayıf ama anlamlı bir etkisi olduğu görülmüştür (Şanlımeşhur, 2015).

4.2. Örgütsel Adaletin Organizasyonlarda Çatışma Yönetimi Üzerindeki Etkisi

Çatışmanın yönetim şekilleri bireysel ve örgütsel şekilde ele alınabilir. Yukarıda açıklanan çatışma yönetim şekillerinden bazıları direkt olarak örgütsel adalet ile bağdaştırılabilir. Mesela, çatışmanın çözüm yöntemlerinden olan çoğunluk oyu kuralında üyelerin izlenen yöntemin adil olduğuna inanmaları gerekir. Fakat, taraflardan biri diğer gruptaki üyelerin oylarını serbestçe kullanmalarını engellemek amacıyla çoğunluğu sağlarsa, demokratiklikten uzaklaşıp baskı ve hakimiyet kurma yöntemine dönüşmüş olur (Şimşek vd. 2020). Buna göre adaletin sağlandığı bir ortamda çatışma yöntemlerinin de sağlıklı bir şekilde uygulanabileceği sonucuna varılabilir.

Bir başka çatışma yöntemi olarak belirtilen birleştirici sorun çözme yönteminde de taraflarca tamamen kabul edilen bir çözüm yolu bulunmaya çalışılır. Yani senin dediğin değil, benim dediğim olacak durumunu ortadan kaldıran, taraflar arasında adaleti sağlayacak bir çözüme odaklanılır (Şimşek vd. 2020).

Özgan (2011) örgütsel davranış bağlamında öğretmenlerin örgütsel adalet, güven, bağlılık, yönetici değerlendirme ve çatışma yönetimi stratejileri algıları arasındaki ilişkilerin incelenmesi ile ilgili yaptığı çalışmada, örgütsel güven ile çatışma yönetim stratejileri arasında pozitif yönde anlamlı ilişki bulmuştur. Örgütsel adalet, örgütsel güven, örgütsel bağlılık, yönetici değerlendirme ve çatışma yönetimi stratejileri algıları arasında orta ve yüksek düzeyde, pozitif ve anlamlı ilişkiler bulunmuştur.

Ayan (2018) örgütsel çatışma ve yönetimi: kamu örgütlerinde bir araştırma isimli çalışmasında personelin meslektaşları ile yaşadığı çatışma durumunda daha çok mesleki tecrübe ve yaş ile baskı stratejisi arasında anlamlı bir ilişki olduğu, personelin yöneticisi ile yaşadığı çatışma durumunda ise daha çok mesleki tecrübe ve yaş ile uyma ve baskı stratejileri arasında anlamlı bir ilişki olduğu, personelin meslektaşları ile yaşadığı çatışma durumlarında çoğunlukla bütünleştirme stratejisini ve nadiren baskı stratejisinin kullandıkları ve yöneticileri ile yaşadığı çatışma durumlarında ise çoğunlukla bütünleştirme, ve nadiren baskı stratejisinin kullandıkları sonuçlarına ulaşmıştır. Bu araştırma sonucunda da birleştirici sorun çözme yönteminin organizasyon içi çatışmalarda daha çok kullanıldığını ve adaleti sağlamaya yönelik çözüm yolu arandığını belirtir.

5. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Örgütsel adalet kavramı yönünden yapılan araştırmalar incelendiğinde örgütsel adaletin, dağıtımsal, süreçsel ve etkileşimsel olmak üzere 3 başlık

altında incelendiği; dağıtımsal adalette adillik, eşitlik, hakkaniyet unsurlarının; süreçsel adalette tarafsızlık, doğruluk, tutarlılık, etiklik unsurlarının ve etkileşimsel adalette ise, açık sözlülük, saygı, adalete uygunluk ve gerekçe gibi unsurların ön plana çıktığı sonucuna varılmıştır. Bu sonuçlara göre örgütsel adalet kavramının gün geçtikçe detaylandığı ve öneminin arttığı gerçeğini görmekteyiz. Örgütsel adaletin kişisel etmenler ile olan ilişkisinin ise örgütsel adalet kavramının diğer örgütse davranış kavramları ile ilişki kurmasına neden olmaktadır. Çünkü her örgüt insandan oluşur ve örgütsel davranış örgütü meydana getiren insandan ortaya çıkar. Kişinin örgüte bağlılığı, güveni gibi sadakate dayalı olumlu yönden ilişkiler olduğu gibi; intikam, sabotaj gibi olumsuz açıdan da ilişkiler meydana gelmektedir. Organizasyon içerisinde meydana gelen olumsuzluklar ise çatışma kavramı ile ilişkilendirilmiş ve örgütsel adalet ile doğrudan ilgisi olduğu araştırmalar sonucunda ortaya çıkmıştır. Çatışmalar kişisel sebepler ile gerçekleşebileceği gibi organizasyonel nedenler ile de meydana gelebilir. Organizasyonlar için önemli olan bu çatışmaları yönetebilmektir. Her kurum öncelikle çatışmayı önlemeyi hedefler. Bazı durumlarda ise çatışmanın kaynağı kurum olur. Bunun nedeni ise çatışmanın olumsuz yanının dışında olumlu yanlarının da olmasıdır. Organizasyonlar, çatışmaları uzlaşma, iş birliği, uzaklaşma, çatışma sebebini ortadan kaldırma gibi yöntemler ile yöneterek, örgütü daha verimli hale getirmeye çalışırlar. Çatışmaların ortaya çıkmasındaki en büyük etkenlerden birisi olan örgütsel adaletin sağlanamaması, organizasyonların hedeflerine ulaşmasında olumsuz yönde etkiye neden olmaktadır. Bu yüzden adaletin sağlandığı bir ortamda, adaletsizlik dışında meydana gelen çatışmalar bile daha sağlıklı yürütülebilecektir. Bu durum ise, örgütsel adalet ile çatışma kavramlarının ne derecede önemli bir ilişkiye sahip olduğunun en büyük göstergesidir.

6. KAYNAKÇA:

1. **Anderson** DM, Shinen KJ (2003). Gender equity in the context of organizational justice: A closer look at a reoccurring issue in the field. *Journal of Leisure Research*, 35(2), 228–247
2. **Ayan**, B. ve Yavuz, E. (2018, Mart). Örgütsel Çatışma ve Yönetimi: Kamu Örgütlerinde Bir Araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, s. 745-762.
3. **Aydemir**, S. (2018). "Algılanan Sosyal Kaytarmanın Örgütlerde Çatışma Eğilimine Etkisi". *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Cilt: 7, Sayı: 2, s. 259- 275.
4. **Ceylan**, A., Ergün, E. ve Alpkan, L. (2000). Çatışmanın sebepleri ve yönetimi. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 2 (1), 39- 51.
5. **Cohen** Charash Yochi & Paul E. Spector (2001). The Role of Justice in Organizations: A Meta-Analysis. *Organizational Behavior Human and Decision Processes*, Vol. 86, No. 2, s. 278–321.
6. **Cohen**, R. L. (1987). Distributive justice: Theory and research. *Social Justice Research*, 1(1): 19-40.
7. **Colquitt**, J. A., Conlon, D. E., Wesson, M. J., Porter, C. O. & Ng, K. Y. (2001). Justice at the millennium: a meta-analytic review of 25 years of organizational justice research. *Journal of Applied Psychology*, 86(3): 425-445.
8. **Cropanzano**, R., Bowen, D. E. & Gilliland, S. W. (2007). The management of organizational justice. *Academy of Management Perspectives*, 21(4): 34-48.
9. **Cüceloğlu** D. (1999). İnsan ve Davranışı, 10. Baskı. İstanbul: Remzi Kitabevi A.S. 282
10. **Çağlayan**, O. A. (2006). Örgütsel Çatışma Yönetimi ve bir Araştırma, Yüksek Lisans Tezi, Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yönetim ve Organizasyon Bilim Dalı, Denizli.
11. **Çakır**, Ö. (2006). Ücret Adaletinin İş Davranışları Üzerindeki Etkileri. Ankara: Kamu İş.
12. **Çankaya**, M (2018). “ Örgütsel Demokrasinin İş Tatminine Etkisi ile Sağlık Sektörü Çalışanlarının Örgütsel Demokrasi Algıları ve İş Tatmini Düzeylerinin Tespitine Yönelik Bir Araştırma”, *The Journal of Academic Social Science* Yıl:6 Sayı:82, Kasım 2018, 404-426
13. **Çarıkçı**, İ. H., & Küçükeşmen, E. (2018). Örgütsel Adalet Algısı ve Örgütsel Bağlılığa Etkisi: Kamu Çalışanları Üzerine Bir Araştırma. *Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 4(1), 24-44.
14. **Durrani**, S. K., Shah, A. U., & Khan, S. (2021). Relationship between

- Organizational Justice Dimensions and Organizational Commitment: A Mediating Mechanism of Overall Justice. *Review of Education, Administration & LAW*, 4(2), 345-354.
- 15.**Eren, E.** (2011). Yönetim ve Organizasyon Çağdaş ve Küresel Yaklaşımlar. İstanbul: Beta Basım Yayın. 10, 585-592.
- 16.**Ertürk, M.** (1995). İşletmelerde Yönetim ve Organizasyon. İstanbul: Beta Yayınları
- 17.**Eryeşil, K. ve Öztürk, M.** (2016). "Çatışma Yönetiminde Kullanılan Stratejilerin Çalışanların İşten Ayrılma Niyetlerine Etkisi: Selçuklu Belediyesi Örneği". Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi, Cilt:18 Sayı:1, s. 137-154.
- 18.**Folger R., Cropanzano R.,** (1998), "Organizational justice and human resource management", California: Sage.
- 19.**George, J. R. & Jones, G. R.** (2000). Essentials of Managing Organizational Behaviour,
- 20.Upper Saddle River: Prentice Hall.
- 21.**Giderler Atalay, C.** (2015). Örgütsel Adalet. Edt: Özler, D. E., Örgütsel Davranışta Güncel Konular, Ekin Basım Yayın Dağıtım, 41-63.
- 22.**Greenberg, J.** (1990). Organizational justice: Yesterday, today, and tomorrow. *Journal of Management*, 16(2): 399-432.
- 23.**Greenberg, J.** (2009). Promote procedural and interactional justice to enhance individual and organizational outcomes (In E. Locke, Eds.). *Handbook of principles of organizational behavior: Indispensable knowledge for evidence- based management*, A John Wiley and Sons, Ltd, Publication, West Sussex, United Kingdom, 255-271.
- 24.**Güzel, H. M.** (2010). Yüksek Öğretim Kurumlarında Örgütsel Çatışma ve Yönetimi (Ankara İli Örneği), Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara
- 25.**İşcan, Ö. F. & Sayın, U.** (2010). Örgütsel Adalet, İş Tatmini ve Örgütsel Güven
- 26.Arasındaki İlişki. Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 24(4),
- 27.195-216
- 28.**Kaya, Ş. D., Tekin, G.,** (Editörler: Şimşek, Ş., Çelik, A., Akgemci, T., Diken, A.), Örgütsel Davranış ve Yönetim Psikolojisi, Eğitim Yayınları. Konya.
- 29.**Kenek, G., Sökmen, A. ve Ekmekcioğlu, E.,** 2017. Örgütsel adalet algısı ile algılanan örgütsel destek ilişkisi: Bir kamu kurumunda araştırma. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 4 (9):53-60.

- 30.**Koçel** T. (2018). İşletme Yöneticiliği. 17.Baskı. İstanbul Beta Basım Yayın. 660-676
- 31.**Koçel**, T. (2005). İşletme Yöneticiliği (10. Bs.). İstanbul: Arıkan Basım Yayım Dağıtım.
- 32.**Labianca**, G. J. (2014). Negative ties in organizational networks. In Contemporary perspectives on organizational social networks. Emerald Group Publishing Limited.
- 33.**Levanthal**, G. S. (1980). What should be done with equity theory. Social exchange: Advances in Theory and Research, 27-55.
- 34.**Luthans**, F. (1995). Organizational Behavior, New York: McGraw-Hill
- 35.**Masterson**, S. S., Lewis, K., Goldman, B. M. & Taylor, M. S. (2000). Integrating Justice
- 36.and Social Exchange: The Differing Effects of Fair Procedures and Treatment on
- 37.Work Relationships. Academy of Management Journal, 43(4), 738-748.
- 38.**Niehoff**, B. P., & Moorman, R. H. (1993). Justice as a Mediator of The Relationship Between Methods of Monitoring and Organizational Citizenship Behavior. Academy Of Management Journal, 36(3), 527-556.
- 39.**Organ**, D. W. (1988). Organizational citizenship behavior: The good soldier syndrome. Lexington books/DC heath and com
- 40.**Ölçer**, F., (2020). (Editörler: Şimşek, Ş., Çelik, A., Akgemci, T., Diken, A.), Örgütsel Davranış ve Yönetim Psikolojisi, Eğitim Yayınları. Konya.
- 41.**Örücü**, E. Ve Kışlalıoğlu, R. S. (2014). ‘‘ Örgütsel Bağlılık Üzerine Bir Alan Çalışması’’, Uluslararası Yönetim ve İktisat ve İşletme Dergisi, C:10, S:22-46
- 42.**Özgan**, H. (2011). The relationships between organizational justice, confidence,commitment and evaluating the manager and the perceptions of conflict management at the context of organizational behavior. Educational Sciences: Theory and Practice, 11(1): 241-247.
- 43.**Özler**, D. E., Atalay, C. G., & Şahin, M. D. (2010). Örgütlerde Sinizm Güvensizlikle mi Bulaşır, Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi, 2(2), 47-57.
- 44.**Öztaş**, U. (2005). Örgütsel Çatışma ve Yönetiminde Cinsiyet Faktörünün Etkisi, Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- 45.**Parker**, R. J. & Kolhmeyer, J. M. (2005). Organizational Justice and Turnover in Public Accounting Firms: A Research Note. Accounting, Organizations and Society Elsevier, 30(4), 357-369
- 46.**Robbins**, S.P., (1986), Organizational Behavior: Concepts,

- Controversies, And Applications Prentice-Hall, Englewood Cliffs, Third Edition, New Jersey.
47. **Robinson K. L.**, (2004), "The impact of individual differences on the relationship between employee perceptions of organizational justice and organizational outcome variables", Alliant International University, San Diego.
48. **Ruano-Chamorro, C.**, Gurney, G. G. & Cinner, J. E. (2022). Advancing procedural justice in conservation. *Conservation Letters*, 15(3): 1-12.
49. **Sarpkaya, R.** (2002). Eğitim örgütlerinde çatışma yönetimi ve bir örnek olay. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, (31): 414-429.
50. **Sütlü, T.** (2007). Örgütsel Çatışma ve İşgören Üzerine Etkileri. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
51. **Şanlımeşhur, Ö.** (2015). Organizasyonlarda Algılanan Örgütsel Adalet ile Çatışma İlişkisi ve Bir Araştırma, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
52. **Şendur, F. E.** (2006). Örgütsel Çatışma ve Yönetimi, Yüksek Lisans Tezi, Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Yönetimi Anabilim Dalı, Mersin.
53. **Şimşek, M. Ş.** (2002). Yönetim ve Organizasyon (Yedinci Baskı). Güney Ofset, Konya.
54. **Şimşek, Ş.**, Çelik, A., Akgemci, T., Diken, A. (2020), Örgütsel Davranış ve Yönetim Psikolojisi, Eğitim Yayınları. Konya.
55. **Şimşek, M. Ş.**, ve Kınır, S. (2009). Çağdaş Yönetim Araçlarından Seçmeler, Ankara: Nobel Yayınları.
56. **Tekeli, İ.**, 2014. Örgütsel Adalet ve Ödüllendirme Algısının Örgütsel Bağlılığa Etkisi; İstanbul İli Ataşehir İlçe Emniyet Müdürlüğü Çalışanlarına Yönelik Bir Araştırma, Yüksek Lisans Tezi, Haliç Üniversitesi, İstanbul, 156s
57. **Tokat, B.** (1999). Örgütlerde Çatışma ve Çatışmanın Yöntemi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. (1).
58. **Tokmak, M.** (2019). İş Görenlerin Örgütsel Bağlılık Düzeylerinde Örgütsel Adalet Algısının Etkisi: Özel Sektör Araştırması. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22(42), 281-299.
59. **Türnüklü, A.** (2007). "Liselerde Öğrenci Çatışmaları, Nedenleri, Çözüm Stratejileri ve Taktikleri". *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, Sayı 49, s. 129-166.
60. **Wagner SL, Rush MC** (2000). Altruistic organizational citizenship behavior: Context, disposition, and age. *The Journal of Social Psychology*, 140(3), 379- 391.

61. **Williams, S.** (1999). The effects of distributive and procedural justice on performance. *The Journal of Psychology*, 133(2): 183-193.
62. **Yanık, O.** (2014). Ahlaki Liderliğin Çalışanların İş Tatminine, Örgütsel Bağlılığına ve İşten Ayrılma Niyetine Etkisi: Örgütsel Güven ve Örgütsel Adalet Algısının Aracı Rolü. Doktora Tezi, Erzurum: Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
63. **Yazıcıoğlu, İ. & Topaloğlu, I. G.** (2009). Örgütsel Adalet ve Bağlılık İlişkisi: Konaklama İşletmelerinde Bir Uygulama. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 3-16.
64. **Yıldırım, M.H., Sınman, G.,** (2020). (Editörler: Şimşek, Ş., Çelik, A., Akgemci, T., Diken, A.), *Örgütsel Davranış ve Yönetim Psikolojisi*, Eğitim Yayınları. Konya.
65. **Zencirkıran, M. & Keser, A.** (2018). *Örgütsel Davranış*, Bursa: Dora, 302

72. Bölüm

Teorik Pazar Gücü Modelleri*

Onur DEMİREL¹

*Bu çalışma, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı'nda Prof. Dr. Selim Adem Hatırlı'nın danışmanlığında tamamlanan ve Süleyman Demirel Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinasyon Birimi tarafından 3635-D1-13 No'lu doktora projesi ile desteklenen "Türkiye'de Bankacılık Sektöründe Pazar Gücü Araştırması" başlıklı doktora tezinden türetilmiştir

¹ Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, Isparta, Türkiye
onurdemirel@sdu.edu.tr

ABSTRACT

In the study, following a brief overview of concentration indices that may be accepted as the ancestors of the models of market power, structural models namely the SCP Paradigm, Efficient Structure Hypothesis and Relative Market Power Hypothesis and non-structural model namely Iwata Model, Panzar-Rosse (P-R) Model and Bresnahan-Lau Model are examined. In this context the basic assumptions, the cause-and-effect relations, the advantages and disadvantages and the theoretical differences of the models are mentioned and finally all the models are compared and contrasted. As the result of this comparison Bresnahan-Lau Model is determined to be the most robust theoretical model.

Keywords: Market Power, SCP Paradigm, Efficient Structure Hypothesis, Panzar-Rosse (P-R) Model, Bresnahan-Lau Model.

JEL Classification: D40, D21.

ÖZET

Bu çalışmada pazar gücü ölçme yöntemlerinin ataları sayılan yoğunlaşma endekslerine kısa bir bakışın ardından, yapısal modeller arasında yer alan SCP Paradigması, Etkinlik Hipotezi ve Göreceli Piyasa Gücü Hipotezi ile yapısal olmayan modeller arasında yer alan Iwata Modeli, Panzar-Rosse (P-R) Modeli ve Bresnahan-Lau Modeline değinilmiştir. Bu bağlamda modellerin varsayımları, neden-sonuç ilişkileri, avantaj ve dezavantajları ve teorik farklılıklarına değinildikten sonra tüm modeller arasında bir kıyaslamaya gidilmiştir. Kıyaslama sonucunda teorik açıdan en güçlü model olarak Bresnahan-Lau Modeli tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Pazar Gücü, SCP Paradigması, Etkinlik Hipotezi, Panzar-Rosse (P-R) Modeli, Bresnahan-Lau Modeli.

Jel Kodu: D40, D21.

GİRİŞ

Dünyada yaşanan küreselleşme hareketleri, AB türü birleşmeler ve firma evlilikleri üretim ve tüketim süreçlerinin dönüşümüne yol açmaktadır. Bu dönüşüm, üretim ve tüketim zincirine dahil olan ülkelerin birbirlerine bağımlı hale gelmesine yol açmaktadır. Yine bilgi-iletişim teknolojilerindeki akıl almaz gelişmeler, firma evlilikleri, taşıma maliyetlerindeki düşüşler firmaların performanslarını önemli derecede etkilemektedir. Dolayısıyla firmaların pazar güçleri ve dolayısıyla da faaliyet gösterdikleri sektördeki piyasa yapıları değişebilmektedir. Bu durum sektördeki üretim miktarları ve fiyatları ve dolayısıyla da rekabet düzeyini doğrudan etkilemektedir. Politika yapıcı ve Rekabet Kurumu gibi piyasa düzenleyiciler tarafından devamlı izlenen rekabet düzeyi, pazar gücü ölçüm yöntemlerinin önemini artırmaktadır. Bu eğilim literatürde pazar gücü modellerinin gelişimini tetikleyen ana unsurdur. Sonuç olarak literatürde çok sayıda farklı yaklaşım ve yöntem doğmuştur.

Pazar gücü ölçümü için kullanılan bu yöntemler imalat sanayinden, tarım sektörüne, bankacılık sektöründen hizmet sektörüne kadar çoğu sektörde uygulama alanı bulabilmektedir. Bu çalışma ile bu türden bir çalışma yapmak isteyen araştırmacılar için teorik literatürün bir özeti sunulmaya çalışılmaktadır. Bu bağlamda yöntemler tanıtılmış, avantaj ve dezavantajları sunulmuş ve son olarak yöntemler birbirleri ile karşılaştırılmıştır. Pazar gücü ölçüm literatürü esas olarak iki ana gruba ayrılmaktadır: Yapısal ve Yapısal-Olmayan Modeller. Dolayısıyla da çalışmanın ikinci bölümünde yapısal modellerden Yapı-Davranış-Performans (SCP) Paradigması, Etkinlik Hipotezi ve Göreceli Piyasa Gücü Hipotezi analiz edilmiş ardından yapısal-olmayan modellerden Iwata, Panzar-Rosse (P-R) ve Bresnahan-Lau Modelleri incelenmiştir. Tanıtılan modellerin karşılaştırmasını sunan üçüncü bölümü takiben çalışma sonuç bölümü ile son bulmaktadır.

PAZAR GÜCÜ ÖLÇÜM YÖNTEMLERİ

Literatürde piyasa yapısı ilk olarak yoğunlaşma endeksleri¹ ile tahmin edilmeye çalışılmıştır. Zaten o dönemlerde ekonomik teori, herhangi bir piyasanın yoğunlaşma derecesi hakkında sadece tek bir düşünce dışında önemli bir şey sunmamaktaydı. Bu düşünce de, *çok sayıda satıcının olduğu piyasalarda yoğunlaşmanın az; az sayıda satıcının olduğu piyasalarda ise yoğunlaşmanın fazla olduğu düşüncesidir* (Hall ve Tideman, 1967:163). Zaten bu düşünce de yapısal modellerin ana varsayımı olan yoğunlaşma artışının rekabeti *ad hoc*

¹ Yoğunlaşma endeksi terimi, ilk defa *Means* tarafından 1939'da kaleme aldığı raporda kullanılmıştır (Marfels, 1971:486).

olarak düşüreceği düşüncesi (Bikker ve Haaf, 2000:4) aracılığıyla piyasa yapısının belirlenmesine hizmet etmektedir. Yani yoğunlaşma ile rekabet veya piyasa yapısı arasında deterministik bir ilişkinin olduğu varsayılmaktadır.

Yoğunlaşma ölçütleri başlangıçta tek yöntem olan yoğunlaşma eğrisinden (veya k firma yoğunlaşma endeksinden) türetilen endekslerden oluşsa da zamanla endeks sayıları ve türetme yöntemleri artmıştır. Bu endeksler *yapısal modellerde* kilit değişken olarak kullanılmaktadır (TBB, 2012:79)².

Yoğunlaşma endeksleri; piyasanın yapısal özelliklerini yansıtabilmesi, piyasaya yeni firmaların girip çıkmasının ve firma birleşme ve satın almalarının piyasa yapısına etkilerini ortaya koyabilmesi; erişilebilir verilere dayanması ve hesaplanmasının kolay olması gibi *avantajlara* sahiptir.

Ekonomik teorinin ve ekonometrik yöntemlerin gelişimi, yoğunlaşma endekslerinin zamanla yapısal modellerde birer değişken olarak kullanılmasına, hatta yapısal modellerin yerine de herhangi deterministik bir ilişki varsayımına dayanmayan yapısal-olmayan modellerin tercih edilmesine yol açmıştır. Dolayısıyla bölümün devamında yapısal ve yapısal-olmayan modeller ele alınmıştır.

2.1 Yapısal Yaklaşımlar (Structural Models)

Yapısal yaklaşımlar, yoğunlaşma endekslerini ana veri olarak kabul eden ve bunlardan yola çıkarak yaptıkları varsayımlar ile sektörel rekabet düzeyini ölçmeye çalışan modellerden oluşmaktadır. Yapısal modeller, ana olarak *formal ve formal-olmayan modeller* olarak ikiye ayrılmaktadır. Literatürde formal-olmayan modellerin daha yaygın olması ve formal modellerin yapısal-olmayan modellerin doğmasında öncül olmaları dolayısıyla çalışmada sadece formal olmayan modellere yer verilmiştir. Formal modellere ise yapısal-olmayan modeller bölümünün girişinde kısaca değinilmiştir³.

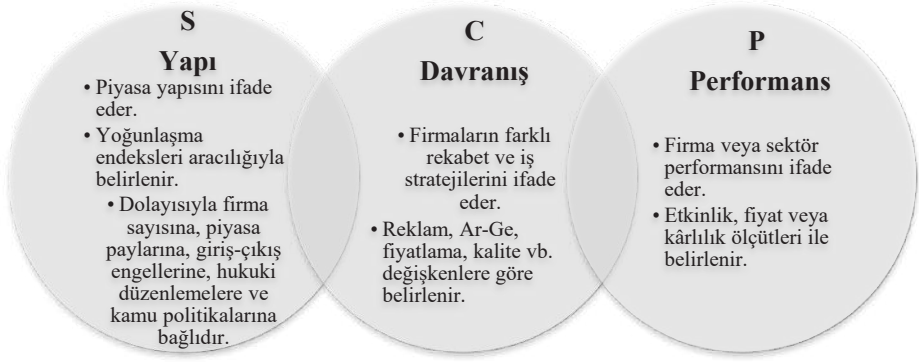
Formal-olmayan modeller arasında SCP Paradigması, Etkinlik Hipotezi ve Göreceli Piyasa Gücü Hipotezi yer almaktadır. Bu modellerin üçü de yoğunlaşma ile rekabet arasında deterministik ilişkiler/varsayımlar kurmaktadır. Bu varsayımlara veya sebep-sonuç ilişkilerine göre modeller birbirlerinden ayrılmaktadırlar.

² Yoğunlaşma endeksleri hakkında detaylı tarihçe ve literatür taraması sunan raporun tamamı için bkz. <http://babel.hathitrust.org/cgi/pt?id=wu.89031107881;view=1up;seq=9>.

³ Formal modellerin ayrıntıları için bkz. Demirel, 2014:92-96.

Yapı-Davranış-Performans (SCP) Paradigması (Structure-Conduct-Performance Paradigm)

Mason (1939) ve Bain (1951) tarafından ortaya atılan (Shaffer, 2001:81) ve IO Teorisinin en bilinen modeli olan SCP Paradigması⁴, piyasa yapısı ile pazar gücü arasındaki ilişkiyi incelemeye çalışan ilk modeller arasında yer almaktadır. Mason (1939:62-3) çalışmasında firma büyüklüğünün; firmanın piyasa üzerindeki etkisi, fiyatlama ve üretim politikaları üzerindeki etkisi ve piyasadaki değişikliklere verdiği reaksiyonlar aracılığıyla firmanın rekabetçi politikalarını belirlemede en önemli etkenlerden biri olduğunu ileri sürmektedir. Bu sebeplerden dolayı firmanın rekabetçi davranışı, firma büyüklüğüne, dolayısıyla da sektörel yoğunlaşmaya bağlıdır.



Şekil 1. SCP Paradigması: Bileşenleri

Kaynak: TBB, 2012:78, Ak Kocabay, 2009:31 ve Vesala, 1995:13-14'ten faydalanılmıştır.

SCP Paradigmasının diğer teorisyeni olan Bain (1951:293) ise; satıcı yoğunlaşması, alıcı yoğunlaşması, giriş koşulları, ürün farklılaştırma ile kârlar, satış maliyetleri ve göreceli ölçek ve kapasite etkinliği arasındaki ilişkileri vurgulayan hipotezler geliştirmesine rağmen, çalışmasında sektördeki satıcı yoğunlaşması ile kâr miktarı veya kâr oranı arasındaki ilişki üzerinde durmuştur. Bu vurgu zaman içerisinde SCP Paradigmasının doğmasına neden olmuştur.

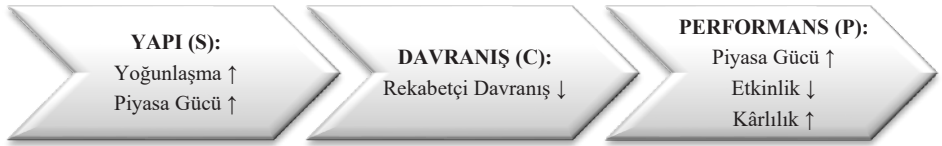
Geleneksel SCP Paradigması piyasa yapısı (S) adı verilen ve piyasa yoğunlaşma düzeyi ile ölçülen değişkenin, firma davranışları (C) adı verilen ve firmaların farklı rekabet stratejileri ile belirlenen değişken üzerindeki etkileri

⁴ SCP Paradigması, Gizli Anlaşma Hipotezi (Collusion Hypothesis) olarak da bilinir (Maudos ve Guevara, 2007:2106).

vasıtasıyla, firma veya sektör performansı (P) adı verilen değişken üzerindeki etkilerini incelemektedir (Ak Kocabay, 2009:31).

SCP Paradigması (ve diğer yapısal modeller), piyasa yapısı, firma davranışı ve performans arasındaki bu etkileşimleri ve yönünü açıklamak için varsayımlarda bulunmaktadır. SCP'nin *ana varsayımına göre*; piyasa yapısı⁵ ile firma davranışları arasında doğrudan ve deterministik bir ilişki vardır. Bu varsayım doğrultusunda *paradigmanın hipotezi* ise; piyasadaki yoğunlaşma artışının, firma pazar gücünü artıracak ve rekabetçi davranışlarını azaltacak ve pazar gücünün artmasının etkinliği düşürecek ama kârlılığını da artıracaktır.

SCP Paradigmasının ana varsayımına ve özelde hipotezine bakıldığı zaman Şekil 2'de anlatılan ilişkiler bütünü, piyasa yapısı yani yoğunlaşma düzeyi ile başladığı görülmektedir. Dolayısıyla yoğunlaşma endeksleri, SCP Paradigmasında hareket noktasını oluşturmakta ve pazar gücünün, firma davranışlarının ve firma/sektör performansının ölçümünde kilit rol oynamaktadır.



Şekil 2 SCP Hipotezinde Değişkenler-Arası İlişkiler

Şekil 2'deki yapısı ile SCP, dışsal değişken olan piyasa yapısının firmaların davranışlarını nasıl etkilediğini belirlemeye çalışmaktadır⁶. Paradigmadaki piyasa yapısı veya yoğunlaşma düzeyinin rekabeti doğrudan etkileyeceği düşüncesi aslında daha yüksek yoğunlaşmanın daha fazla gizli anlaşma (collusion) üreteceği varsayımına dayanmaktadır (Gilbert, 1984:618). Yani paradigma, yoğunlaşmanın yüksek olduğu piyasalarda gizli anlaşma yapma eğilimlerinin daha fazla (gizli anlaşma yapmanın maliyetinin de daha düşük), dolayısıyla da rekabetin daha düşük olduğunu varsaymaktadır. Dolayısıyla sektördeki firma sayısı (n) arttıkça veya bireysel firmaların ortalama piyasa payları düştükçe, sektördeki rekabet artacaktır. Piyasa yoğunlaşması ile pazar gücü arasındaki pozitif ilişki (veya paradigma hipotezi), araştırmacıların kârlılığı, yoğunlaşma (ve bazı kontrol değişkenleri) ile tahmin etmeye çalışmaları sonucu elde ettikleri pozitif ilişkiden doğmuştur (Matthews vd., 2007:2029). Yani yoğunlaşma arttıkça, kârlılık ve pazar gücü uygulayabilme olanağı artmaktadır.

⁵ Mason, piyasa yapısının belirlenmesinde nelerin etkili olduğunu açıklamaktadır. Buna göre firma sayısı ve yoğunluğu yapının sadece bir yönüdür. Bunun dışındaki etmenler için bkz. Mason (1939:69).

⁶ Piyasa yapısının dışsal olarak kabul edilmesi ise, yapının, arz ve talep koşullarına bağlı olarak belirlenmesidir.

Dolayısıyla da yoğunlaşma ile pazar gücü arasında pozitif bir ilişkinin var olduğu varsayılmaktadır. Bu ilişki ise Bain (1951) tarafından *İşbirliği Hipotezi* olarak isimlendirilmektedir (Çelik ve Kaplan, 2010:11).

SCP ve benzeri türdeki ilk çalışmalar, yaptıkları bu varsayımlara uygun olarak, yoğunlaşma ile getiri arasında pozitif bir ilişki bulup piyasa yapısının eksik rekabet olduğunu kanıtlamaya çalışmıştır (Shaffer, 1993:50-1). Paradigmanın bundan sonraki gelişimine bakıldığında ise 1950'lerde kullanılmaya başlamasına rağmen özellikle 1960'larda ABD'de çok popüler olduğu, hem sanayi sektöründe hem de bankacılık sektöründe rekabeti ölçmek için kullanıldığı görülmektedir. 1950-1960 yıllarına ait yüzden fazla çalışma bulunmaktadır. Bu çalışmaların da hemen hepsi SCP Paradigmasını destekler nitelikte sonuçlar elde etmiştir. Sonuç olarak da bu alandaki araştırma bulguları geniş kabul görmüş ve mahkemelerce ve tekel önleyici kuruluşlarca uygulanmıştır (Rhoades, 1977:1; Evanoff ve Fortier, 1988:278).

Bu varsayım ve hipotezler doğrultusunda SCP Paradigması'nın modellenmesi şu şekilde yapılmaktadır:

$$\pi_{i,t} = \alpha_0 + \alpha_1 CR_{j,t} - \sum_k \alpha_{k+2} X_{i,j,t}^k \quad \alpha_1 > 0 \quad (2.1)$$

Burada, $\pi_{i,t}$, i'nci firmanın performans ölçütü (genellikle aktif veya öz kaynak kârlılığı cinsinden kârlılık); $CR_{j,t}$, i'nci firmanın içinde yer aldığı j bölgesindeki yoğunlaşma ölçütü (piyasa yapısına vekil olarak); t, t dönemi; X^k , firmaya ve bölgeye özgü özellikler için kontrol değişkenlerinin vektörü anlamına gelmektedir (Bikker ve Haaf, 2000:20).

Paradigma, öne sürdüğü hipotezi, bu model ile test etmeye çalışmaktadır. Bu bağlamda firma performansını yerel piyasalardaki firmalararası yoğunlaşmanın bir fonksiyonu cinsinden test ederek doğrulamaya çalışmakta, performansın göstergesi olarak da firma kâr oranlarını, girdi ve çıktı fiyatlarını kullanmaktadır. Bu değişkenleri de rekabet derecesinin birer göstergesi olarak kullanmaktadır (Gilbert, 1984:618). Öte yandan kontrol değişkenleri olarak da vekil piyasa talep koşullarını (ör. kişi başına gelir veya ücret, nüfus yoğunluğu, belirli piyasalara göç, vb.), firmalararası maliyet farklılıklarını, firmalararası ölçek kaynaklı farklılıklarını (ör. ölçek ekonomileri, bireysel firma büyüklükleri, vb.), farklı risk kategorilerini ve mülkiyet farklılıklarını kullanmaktadır (Bikker ve Haaf, 2000:21).

İlkler arasında yer alması, modelin bilinişliğini ve literatürdeki hâkimiyetini artırmış dolayısıyla da modelin *ad infinitum* (sonsuz) olarak nitelendirilmesine neden olmuştur. Fakat zaman içerisinde, teorinin ve ekonometrik yöntemlerin

gelişmesi, varsayımlarının test edilir hâle gelmesi modelin geçerliliğine dair soru işaretleri doğurmuştur.

Modele dair sorunlar teorik, modelleme ve ampirik sorunlar olarak ayrıştırılabilir. *Teorik sorunların* başında SCP Paradigmasının eksik rekabet teorisi tarafından açıkça tahmin edilememesi, tek yönlü nedenselliğin (piyasa yapısından piyasa performansına) açık olmaması sayılabilir. Öte yandan Gilbert'a (1984:626-627) göre en önemli sorun, SCP Paradigmasının hipotez olarak öne sürdüğü teorik yapının doğruluğu hakkında yeterince durulmamış olmasıdır. Gilbert'a göre 1974-84 yılları arasında IO alanında yaşanan gelişmeler, uygulamalara dâhil edilmemiştir. IO'daki gelişmeler sonucu ortaya çıkan teoriler, SCP hipotezinin varsaydığı yoğunlaşma-performans ilişkisi yönü ve sebebini, farklı değişkenlere bağlamaktadır (Gilbert, 1984:628). Bahsi geçen teoriler şunlardır:

- **Farklı Etkinlik Hipotezi** (*Differential Efficiency Hypothesis*): Hipotez, Demsetz (1973), Peltzman (1977) ve Brozen (1982) tarafından ortaya atılmıştır. Hipoteze göre kâr oranları ile yoğunlaşma arasındaki pozitif ilişki, piyasadaki küçük ve büyük firmalar arasındaki etkinlik farklılıklarından kaynaklanıyor olabilir. Yani, yüksek yoğunlaşma oranına neden olan yüksek piyasa payları, SCP yaklaşımının ileri sürdüğü gibi düşük rekabet düzeyinden değil, bir veya birkaç firmanın elde ettiği daha yüksek etkinlik ve daha düşük maliyetlerden kaynaklanıyor olabilir (Demsetz, 1973:5, 8; Simbanegavi vd., 2012:3; Berger, 1995:404-405; Bikker ve Groeneveld, 1998:6). Dolayısıyla, rekabetçi davranış için çok sayıda firmanın mevcudiyeti gerekli olmayabilir. Yani firma sayısı ve yoğunlaşma, sektördeki rekabeti tam olarak ölçememektedir (Schaeck ve Cihak, 2007:4). Dolayısıyla SCP Paradigmasının ortaya attığı hipotezin doğruluğu, etkinliğe göre kontrol edilmedikçe geçerli olmayacaktır (Shaffer, 2004a:291).
- **Yarışılabilir Piyasalar Hipotezi** (*Contestable Markets Hypothesis*): Baumol vd. (1982) tarafından geliştirilen (Aktan ve Masood, 2010:132) Yarışılabilir Piyasalar Hipotezine göre piyasa yapısı, piyasanın özelliklerine göre belirlenir ve piyasa yapısı, rekabetin bağımsız bir belirleyicisi olarak kabul edilmez. Piyasaya *giriş-çıkış engelleri yoksa*, piyasada ortaya çıkabilecek potansiyel rekabet, tekel konumundaki firmaların bile sosyal olarak (Ramsey) optimum çıktı düzeyinde üretim yapmalarına neden olabilir (Vesala, 1995:18).
- **Kuruluş Yeri Teorisi** (*Location Theory*): Teoriye göre firmaların hizmet verdikleri pazarlar, firmaların kuruluş yerlerine göre belirlenmektedir. Dolayısıyla firmaların karşılaşacakları talep ve rekabet koşulları da kuruluş

yerinden birinci dereceden etkilenecektir. Kuruluş yeri teorisini SCP Paradigmasına eklemleyen çalışmalardan biri Ali ve Greenbaum'a (1977) aittir. Benson (1980) ve Greenhut vd. (1977) Kuruluş Yeri Modelini kullanarak yoğunlaşma-performans ilişkisinin belirttiğinin tersi sonuçlar elde etmişlerdir (Gilbert, 1984:628).

SCP Paradigmasına ait sorunlardan bir diğeri de modelleme sorunlarıdır. *Modelleme sorunları* SCP yaklaşımında kullanılan eşitliğe dair sorunlardır. İlk olarak eşitlikte yer alan bağımlı değişken (kâr), pazar gücünü ölçmek için zayıf bir ölçüttür. Çünkü firmaların etkinsizlikleri kârlarını düşürebilir ama bu, piyasa yapısının rekabete doğru hareketi anlamına gelmez. İkincisi, modelleme yapılırken SCP ve Etkinlik Hipotezinden hangisinin kullanılacağı açık değilse, hangi değişkenlerin içsel olduğunu belirlemek zordur⁷. Üçüncüsü, oligopol teorisine göre uygun yoğunlaşma endeksinin seçimi açık değildir. Hatta çok sayıda faktör firma kârlılığını etkilediği için, X-vektörünün seçimi daha da karmaşıktır.

Ampirik sorunlar ise teorinin uygulamaya nasıl aktarılacağı ile ilgilidir. Ampirik çalışmalarda incelenen ülke, piyasa ve dönem ile kullanılan veriler ve ekonometrik modeller sorunlara neden olabilmektedir. Bu sorunlar arasında incelenen sektörün ve piyasanın yerelden küresele kadar farklı ölçeklere sahip olması, performans ölçütünün seçimine dair sorunlar ve regresyon denkleminde dair sorunlar sayılabilir.

SCP Paradigmasına ait ampirik çalışmaların sayısı tüm bu kritik eleştirilere rağmen *tuhaf biçimde* oldukça fazladır (Vesala, 1995:12). Öte yandan çalışmaların sonuçları, bu eleştirilerin yersiz olmadığını gösterecek biçimde farklılıklar arz etmektedir.

Etkinlik Hipotezi (Efficient Structure Hypothesis)

Etkinlik Hipotezi (veya Etkin Yapı Hipotezi) Demsetz (1973) ve Peltzman (1977) tarafından ortaya atılmıştır. Hipotez, SCP Paradigmasının sebep-sonuç ilişkisine rakip ve onu eleştirici bir açıklama ortaya koymuştur. Diğer bir ifade ile Etkinlik Hipotezi de SCP gibi kârlılık ile yoğunlaşma arasında pozitif bir ilişkinin olduğunu ileri sürmekte, fakat bunun sebebini SCP gibi gizli anlaşmalara değil, bazı firmaların elde ettikleri etkinliğe ve dolayısıyla da piyasa payı ve yoğunlaşmaya bağlamaktadır (Berger ve Hannan, 1989:291).

⁷ SCP ve Etkinlik Hipotezinden hangisinin kullanılacağına karar vermek için tahmin sonuçlarına bakılır. Eğer $\alpha_1 > 0$ ve $\alpha_2 = 0$ çıkarsa SCP Paradigması; $\alpha_1 = 0$ ve $\alpha_2 > 0$ çıkarsa da Etkinlik Hipotezi kullanılır (Vesala, 1995:20).

Demsetz'e (1973:1-3) göre rekabetçi yarışın ve giriş engellerinin olmadığı durumlarda yoğunlaşmanın sebebi ya az sayıdaki firmanın üstünlüğü ya da piyasanın kendisinin özelliğidir. Bilgi ve kaynak hareketliliğinin (mobility) ancak belirli bir maliyete katlanılarak elde ediliyor olması, sektörde maliyet avantajlarının sadece belirli firmalar tarafından elde edilebileceği anlamına gelmektedir. Etkinliği bir kere sağlayan firmalar şöhret veya saygınlık kazanabilir. Fakat bu şöhret veya saygınlığın diğer firmalara aktarılması zordur. Bu durum piyasada yoğunlaşmanın artmasına yol açar. Firmaların diğerlerine göre üstünlük sağlamaları, maliyet düşürme (ölçek azaltma) ve başarılı veya şanslı yönetici kararları ile elde edilebilir. Yani firma üstünlüğü illaki yoğunlaşma ile elde edilmeyebilir. Çünkü kâr, firmaların suni kıtlık yaratması (veya tekel konumunda olmaları) veya anlaşma yapması ile elde edilmez.

Peltzman (1977:229-230) ise çalışmasında geleneksel yoğunlaşma-kârlılık ilişkisi üzerinde durmuştur. Geleneksel görüşün “*yoğunlaşma; fiyatları, ortalama maliyetleri veya her ikisini etkileyerek kârı belirler*” dolayısıyla da “yüksek yoğunlaşma, anlaşmaları artırarak fiyat-marjinal maliyet arasındaki farkı (marjinal maliyet fiyatlandırması) arttırır” hipotezlerini irdelemiştir. Bu çabasının kaynağını da geleneksel görüşün kabullerini (dolaylı biçimde) ilk irdeleyen çalışma olan Demsetz (1973) olarak göstermiştir. Peltzman (1977:262) kurduğu model ile yoğunlaşma-kârlılık ilişkisi ile yoğunlaşma-etkinlik ilişkilerinin eklektik bir bileşimini oluşturmuş, ağırlığı ise etkinlik kısmına vermiştir. Peltzman çalışmasında yoğunlaşma-kârlılık literatürünün değinmediği “doğal oligopoller”e değinmektedir. Peltzman'ın modeline göre eğer bir firma diğerlerinden daha yüksek etkinlik (herhangi bir yolla maliyet yapısını göreceli olarak daha etkin hâle getirerek) elde ederse, fiyatları düşürerek kârlarını ve piyasa payını yükseltecektir. Bu sayede, piyasa yapısı içsel değişken hâline gelmiş firma performansı tarafından belirlenecek ve dolayısıyla yoğunlaşma lider firmanın daha üstün etkinliğinin bir sonucu olacaktır (Vesala, 1995:19).

Demsetz ve Peltzman'ın çalışmaları çerçevesinde Etkinlik Hipotezi Hipotezini test etmek amacıyla şu modeli kullanmaktadır.

$$\pi_{i,t} = \alpha_0 + \alpha_2 s_{i,t} - \sum_k \alpha_{k+2} X_{i,j,t}^k \quad \alpha_1 > 0 \quad (2.2)$$

Burada $\pi_{i,t}$, i'nci firmanın performans ölçütünü; $s_{i,t}$, i'nci firmanın piyasa payını (piyasa yapısına vekil olarak), t, t dönemini ve X^k , firmaya ve bölgeye özgü özellikler için kontrol değişkenleri vektörünü ifade etmektedir (Bikker ve Haaf, 2000:20).

Eğer bu tanımlamaya *bir de piyasa yapısı ölçütü* ($\alpha_1 * CR$) eklenirse, bu durumda modelleme sonucunda SCP Paradigmasını veya Etkinlik Hipotezini tespit etmek mümkün olacaktır (Smirlock, 1985:73; Evanoff ve Fortier, 1988:280; Katib, 2004:3). Bu tanımlamada $\alpha_1 > 0$ ve $\alpha_2 = 0$ durumu SCP Paradigmasına; $\alpha_1 = 0$ ve $\alpha_2 > 0$ durumu da Etkinlik Hipotezine işaret etmektedir.

Etkinlik Hipotezi de SCP Paradigması gibi eleştirilere maruz kalmıştır. Bu eleştirilerden ilki seçilen bağımlı değişken ile ilgilidir. Etkinlik Hipotezi de, SCP Paradigması gibi, bağımlı değişken olarak firmaların kârlılığını kullanmaktadır. Hâlbuki pazar gücünün daha net biçimde belirlenebilmesi için kârlılık değil, çıktı fiyatının marjinal maliyetten ne kadar farklı olduğu dikkate alınmalıdır.

Ayrıca Etkinlik Hipotezinin etkinliğin piyasa yapısı üzerindeki etkileri bağlamında sonuçları ampirik olarak test edilmemiştir. Etkinlik Hipotezinin tutması için geçerli koşul, etkinlik ile yoğunlaşma ve/veya piyasa payı arasında pozitif bir ilişkinin var olmasıdır. Bunu belirlemek için de etkinliğin doğrudan bir ölçütüne ihtiyaç duyulmaktadır (Berger, 1995:406).

Göreceli Piyasa Gücü Hipotezi (Relative Market Power Hypothesis)

Shepherd (1982 ve 1986) performanstaki varyansın, etkinliğin yanında, piyasa payının artık (residual) etkisinden (yani yüksek piyasa payına sahip olan firmalar yüksek pazar gücüne de sahip olurlar) de kaynaklanabileceğini ortaya koymuştur (Al-Jarrah ve Gharaibeh, 2009:33). Bu doğrusal ilişki, piyasa payının etkinlik ile ilgisi olmayan etkenlerin, örneğin pazar gücü ve/veya ürün farklılaştırması gibi, etkisini üzerinde toplaması ile mümkün olmaktadır (Naudos ve Guevara, 2007,2106).

Bu hipotezde firmaların bireysel piyasa payları, pazar gücünü tespit etmek için vekil olarak kullanılmaktadır. İlk defa Hicks (1935) tarafından gözlemlenen *Rahat Hayat Hipotezi (Quiet Life Hypothesis)* de, Göreceli Piyasa Gücü Hipotezinin (RMP) özel bir durumu olarak görülebilir (Maudos ve Guevara, 2007:2106). Rahat Hayat Hipotezi, herhangi bir sebeple elde edilmiş pazar gücünün, firmaya tam rekabete göre daha yüksek fiyatlama (marjinal maliyetten yüksek fiyat) imkânı sunması ve bu sebeple maliyet minimizasyonu güdüsünün zayıflaması olarak tanımlanabilir. Bu bağlamda RMP veya Rahat Hayat Hipotezleri firmaların performanslarının illaki etkinlikten kaynaklanmadığını; öte yandan bir şekilde elde edilmiş yüksek pazar payının pazar gücüne ve etkisizliğe yol açabileceğini, bu etkisizliğin de tekrar piyasa yapısını etkileyebileceğini ileri sürmektedir.

Yapısal-Olmayan Yaklaşımlar (Non-Structural Models)

Yapısal-olmayan modeller ise rekabet ölçümünü yoğunlaşmaya değil, kurulan ekonometrik modellere dayandırmaktadırlar (Bikker ve Haaf, 2000:2-4). Bu bağlamda temel bir model kurulmuş, konuyu ele alış biçimlerine göre de bu temel modelden farklı yöntemler doğmuştur. Burada Temel Modeli takiben bu yöntemlerden Iwata, P-R ve Bresnahan-Lau Modelleri incelenecektir.

Temel Model

Firmaların performansını ölçebilmek için, yapısal modellerde anlatılan tüm teorilerin mümkün olduğunca modele dâhil edilmesi gerekmektedir. Fakat bunların tümünün tek bir modelde toplanması ve bu modele uygun istatistikî verilerin temini oldukça güç olmuştur. Bu süreç, 1960'larda performans ölçümü literatürünün oluşmaya başladığı ilk günlerdeki basit halinden, günümüzün karmaşık modellerine kadar uzanmaktadır. Tüm bu sürecin gelişimi temel bir model geliştirildikten sonra, literatürde yer alan önemli modellerin bu temel modelden hangi yönleri ile ayrıldıkları gösterilmeye çalışılarak anlatılmaya çalışılmıştır. Bu bağlamda temel modelin özellikleri şu şekildedir (Bikker ve Bos, 2008:28):

- Temel Model bir kâr maksimizasyonu modelidir.
- Bu model tam rekabet ve miyopik oligopol davranışını (Klasik Cournot Modeli) test edebilecek niteliktedir.

Öte yandan bu modelin ortaya konulabilmesi için bazı varsayımlarda da bulunulmuştur. Bunlar:

- Uzun dönemli inceleme yapıldığı için tüm maliyetlerin değişken maliyet olduğu varsayımı,
- Tüm çıktılar çapraz-fiyat esnekliğinin sıfır olduğu tam tamamlayıcı mallardır,
- Firmaların miyop oldukları varsayımı.

Bu çerçevede model kâr maksimizasyonunu şu şekilde sağlamaktadır:

Maksimize edilecek fonksiyon

$$\pi_i = pY_i - w_iX_i$$

Kısıt 1:

$$T(X_i, Y_i) = 0$$

Kısıt 2:

$$H(p, Y_i, w_i, Z_i) = 0$$

Ve

$$p = f(\sum_{i=1}^N Y_i) = f(Y)$$

Burada π_i , i 'inci firmanın kârını; Y_i , çıktı vektörünü; X_i girdi vektörünü; p , çıktı fiyat vektörünü ve w_i , de girdi fiyat faktörünü vermektedir. *Burada dikkat edilirse firmanın çıktı fiyatlarının aynı, ama girdi fiyatlarının firmadan firmaya değişkenlik gösterebildiği görülmektedir. Yani firmalar çıktı piyasalarında fiyat kabul edici durumdayken girdi piyasalarında piyasa güçlerini kullanabilir durumdadır.* Firmalar dönüşüm fonksiyonunu (T) ve fiyatlama imkânları setini (H) kullanarak kârlarını maksimize etmektedir. T fonksiyonu firmanın kendi rekabetçi durumunu değerlendirdiği fonksiyon; H fonksiyonu ise firmalar tarafından istenilen fiyatı müşterilerin verme istekliliğidir. H fonksiyonunun içerisinde özsermaye düzeyi (Z) de bulunmaktadır.

Burada kullanılan tüm değişkenler birer vektördür. Öte yandan, bundan sonra i alt simgesi sadece bireysel firmalar için kullanılacaktır. i 'nin kullanılmadığı durumlarda, değişkenlerin piyasadaki tüm firmalara ait toplam vektörleri kullandığı anlaşılmalıdır. Dualite kullanıldığı için de dönüşüm fonksiyonunu (T) ve imkânlar setini (Y) daha fazla ayrıntılandırmaya gerek yoktur (Bikker ve Bos, 2008:28).

Tüm firmalar, çıktı vektörü Y_i 'deki tüm çıktıları için, ters talep fonksiyonuna ($f(Y)$) dayanan p fiyatı ile karşılaşır (yani firmalar çıktı piyasalarında fiyat kabul edicidir). N ise piyasadaki toplam firma sayısını vermektedir (Bikker ve Bos, 2008:29).

Maksimizasyon denkleminde Lagrange yöntemi uygulanır ise şu denklem elde edilir:

$$L\pi_i = pY_i - w_iX_i - \xi T(\blacksquare) - \theta H(\blacksquare) \quad (2.3)$$

Bu denklem p ve X için eş-zamanlı olarak çözülürse optimum çıktı fiyatları (p^*) ile optimum girdi miktarları (X_i^*) elde edilir.

$$\begin{aligned} p^* &= p(Y_i, w_i, Z_i) \\ X_i^* &= X_i^*(Y_i, w_i, Z_i) \end{aligned}$$

Burada kârlar şu koşul elde edilirse maksimize edilir:

$$\frac{d\pi_i}{dY_i} = p^* + Y_i f'(Y) \frac{dY}{dY_i} - w_i \frac{dX_i^*}{dY_i} = 0 \quad (2.4)$$

Burada optimum girdi miktarı (X_i^*), çıktı talebine (Y_i) bağlıdır. Denklem 2.4, Y_i ile çarpılırsa;

$$p^*Y_i - w_i \frac{dX_i^*}{dY_i} Y_i = -(Y_i)^2 f'(Y) \left(\frac{dY}{dY_i} \right) \quad (2.5)$$

Elde edilir. Burada p^*Y_i bileşeni gelire (daha sonra R_i^* ile temsil edilecektir) eşittir. Yine, firmaları tam rekabetçi girdi piyasaları ile karşılaştıkları fakat çıktı piyasalarında fiyat farklılaştırmanın potansiyel olarak mümkün olduğu varsayılmaktadır. Dolayısıyla firmalar, çıktı fiyatlama stratejileri ile (yani fiyatları ve ücretleri piyasa koşullarına göre ayarlayarak) rekabet edebilirler. Firmaların çıktı fiyatlarını belirleyebilmeleri, çıktı miktarlarına, girdi fiyatlarına ve diğer faktörlere bağlıdır. Fakat çıktı fiyatlarını, ciddi ölçüm sorunları (Berger ve Mester (1997); Vander Vennet (1997)) ve ampirik çalışmalarda gerek duyulmaması sebebiyle modelden çıkarmak mümkündür (Bikker ve Bos, 2008:29).

Ampirik çalışmalarda kullanılan biçime daha da yaklaşmak için Denklem 2.5 yeniden düzenlenebilir. Burada, i 'inci firmanın çıktısının *beklenti değişimi katsayısını* ifade eden λ_i diye yeni bir değişken tanımlanabilir:

$$\frac{dY}{dY_i} = 1 + \frac{d \sum_{i \neq j} Y_j}{dY_i} = 1 + \lambda_i \quad (2.6)$$

λ_i Değişkeni Denklem 2.5'te yerine konulursa:

$$p^*Y_i - w_i \frac{dX_i^*}{dY_i} Y_i = -(Y_i)^2 f'(Y)(1 + \lambda_i) \quad (2.7)$$

elde edilir. Eşitliğin her iki tarafı da p^*Y_i 'ye bölünüp, eşitlik tekrar düzenlenirse:

$$\frac{p^*Y_i - w_i \frac{dX_i^*}{dY_i} Y_i}{p^*Y_i} = -\frac{Y_i}{Y} \frac{f'(Y)Y}{p^*} (1 + \lambda_i) \quad (2.8)$$

elde edilir. Burada eşitliğin sol tarafı firmanın toplam maliyetleri üzerindeki kâr marjını göstermektedir. Dolayısıyla kâr marjı, eşitliğin sağ tarafındaki 3 faktöre bağlıdır (Bikker ve Bos, 2008:29-30):

1. $\frac{Y_i}{Y}$: i'inci firmanın piyasa payıdır ve MS_i olarak gösterilebilir. $0 < MS_i \leq 1$
2. $\frac{f'(Y)Y}{p^*}$: talep fiyat esnekliğinin tersidir ve $1/\eta_D$ ile gösterilir.
3. $(1 + \lambda_i)$: i'inci firmanın, rakiplerinin reaksiyonları $\left(\frac{dY}{dY_i}\right)$ hakkındaki beklentilerini ölçer. $-1 \leq \lambda_i \leq 1$

Bu durumda Denklem 2.8 şu şekilde yazılabilir:

$$\frac{p^*Y_i - w_i \frac{dX_i^*}{dY_i} Y_i}{p^*Y_i} = -(MS_i) \left(\frac{1}{\eta_D} \right) (1 + \lambda_i) \quad (2.9)$$

Eşitliğin her iki tarafı da p^*Y_i ile çarpılıp, eşitlik tekrar düzenlenirse:

$$\pi_i^* = p^*Y_i - w_i \frac{dX_i^*}{dY_i} Y_i = (MS_i) \left(-\frac{1}{\eta_D} \right) (1 + \lambda_i) p^*Y_i \quad (2.10)$$

elde edilir. Bu eşitlik firmalar için kârlarını maksimize edecekleri *temel modeli* vermektedir. Buna göre, *optimum kâr* (π_i^*); *piyasa payı* (MS_i) arttıkça, *talep-fiyat oranı esnekliği* (η_D) azaldıkça, *beklenti değişim katsayısı* (λ_i) arttıkça, *çıktı fiyatları* (p^*) arttıkça ve *çıktı talebi* (Y_i) arttıkça artacaktır.

Firmalar bu model çerçevesinde, fiyatlarını yükselttikleri zaman elde ettikleri ekstra gelirin, müşteri kaybetmeleri sonucu gelirden meydana gelecek düşüşten daha büyük olması dolayısıyla kârlarını arttırabilirler. Dolayısıyla firmalar piyasa güçleri sayesinde fiyatları yükseltebilir ve kârlarını arttırabilirler. Denklem 2.10 incelendiğinde de firmaların piyasa güçlerinin MS_i , η_D ve λ_i 'den veya bunların bir kombinasyonundan kaynaklandığı görülür (Bikker ve Bos, 2008:31).

Rekabet ve etkinlik çalışmalarının pek çoğu bu Temel Modeli kullanmaktadır. Her bir model kısmi bir analiz içermekte ve Denklem 2.10'da eşitliğin sağ tarafında bulunan değişkenlerden bir veya ikisine odaklanmaktadır (Bikker ve Bos, 2008:30).

Iwata Modeli

Model, Iwata (1974) ve Gollop ve Roberts (1979) tarafından ortaya atılmıştır (Shaffer, 1989:321; Spiller ve Favaro, 1984:245). Iwata (1974:947), oligopol

teorilerinde kilit kavram hâline gelen beklenti değişim katsayısının⁸ değerini istatistiksel olarak ölçmeye çalışmıştır. Geliştirilen model, oligopol bir piyasada *homojen bir ürün* üreten bireysel firmaların beklenti değişim katsayısı değerlerinin⁹ tahminine de izin vermektedir.

Modele göre eğer talep-fiyat esnekliği, $\eta_D = -(dp/dX)(x/p)$ şeklinde tanımlanırsa, $p - (1/\eta_D)(p/x)(1 + \lambda_i)x_i - c'(x_i) = 0$ şeklinde yazılabilir. Bu eşitliğin yeniden düzenlenmiş hali ise şudur:

$$\lambda_i = \eta_D \left(\frac{c'(x_i) - p}{p} \right) \left(\frac{X}{x_i} \right) - 1 \quad (2.11)$$

Bu denklem, Denklem 2.10'da eşitliğin sağ tarafı revize edilerek şu şekilde de yazılabilir (Bikker ve Bos, 2008: 31):

$$\lambda_i = \frac{\eta \left(\frac{\left(w_i \frac{dX_i^*}{dY_i} - p^* \right)}{p^*} \right)}{MS_i} - 1 \quad (2.12)$$

Bu tanımlama, oligopolistik piyasada homojen ürün arz eden bireysel firmaların beklenti değişim katsayısı değerlerinin tahmin edilmesine müsaade etmektedir. Fakat beklenti değişim katsayısının rakamsal değeri dolaylı olarak elde edilir. Tam bu noktada modelle ilgili genel bir sorun ortaya çıkmaktadır. Şu ana kadar belirlenen kârlılık belirleyicilerinden bir kısmı birbiri ile ilişkilidir ve/veya gerçek hayatta verileri pek bulunmaz. Dolayısıyla bu modeli kullanırken bazı kısıtlayıcı varsayımlarda bulunmak gerekir. Bunlar:

- p ve MS_i (veya x_i/X) değişkenlerinin katı bir şekilde dışsal değişkenlerin fonksiyonu oldukları varsayımı,
- Talep esnekliğinin (η) sabit olduğu varsayımı.

Bu varsayımlar altında beklenti değişim katsayısı (λ_i) tahmin edilebilir (Bikker ve Bos, 2008: 31). Fakat bunu yapmak için mikro düzeyde veriye ihtiyaç olduğundan ve bu verilerin temininin güç olmasından dolayı modeli kullanan çalışma sayısı oldukça kısıtlıdır.

⁸ Oligopol Teorilerinin merkezinde yer alan beklenti değişim katsayısı kavramı A. L. Bowley (1924) ve R. Frisch (1951) tarafından geliştirilmiştir (Iwata, 1974:947).

⁹ Shaffer (1983) beklenti değişim katsayısının, tahmin edilen monopol gücü endeksine karşılık geldiğini göstermektedir (Shaffer, 1989:321).

Iwata, modelinde ters talep fonksiyonu ve kâr maksimizasyonunun ilk koşulundan elde edilen firmaya özgü arz fonksiyonu kullanarak pazar gücünü tahmin etmeye çalışmıştır. Bunu da arz fonksiyonunun parametrelerinden birisi olan beklenti değişim katsayısının tahminlemesi ile yapmaktadır. Fakat tam bu noktada, ekonometrik tahminlemede bir spesifikasyon hatası ortaya çıkmaktadır ki bu da *Bresnahan-Lau'nun alternatif spesifikasyonu aracılığı ile çözümlenmektedir*. Bu alternatif spesifikasyon Bresnahan-Lau'nun talep edilen toplam varlık denklemine fiyat fonksiyonunun ve gelirin yanında bir de *dışsal bir değişkeni* (Z) eklemesidir. Bu dışsal değişken sayesinde, varlık talep fonksiyonunun eğimi, dışsal değişkendeki bir değişime yanıt verebilmektedir. Bu da λ 'nın tanımlanmasına imkân vermektedir (Toolsema, 2002:2218-9). Dolayısıyla Iwata Modeli, spesifikasyon anlamında Bresnahan-Lau Modelinin *defolu* bir öncülü veya Perera vd.'nin (2006:792) belirttiği gibi Bresnahan-Lau Modeli, Iwata Modelinin geliştirilmiş halidir.

Sonuç olarak Iwata Modeli teorik sorunları ve katı veri gereksinimlerinden dolayıyla ampirik çalışmalar için çok kullanışlı değildir (Perera vd., 2006:792).

Panzar-Rosse (P-R) Modeli

Model, ismini aldığı Panzar ve Rosse (Rosse ve Panzar, 1977 ve Panzar ve Rosse, 1982 ve 1987) tarafından geliştirilmiş olup (Bikker ve Haaf, 2002:2193), firmaların rekabet davranışlarını, kesit veriye dayanan indirgenmiş-gelir-yaklaşımının karşılaştırmalı statik özellikleri temelinde ölçmeye çalışmaktadır. Model, *tam rekabet, tekeli rekabet ve tekel piyasa yapılarını* ayırt edebilmek için tasarlanmış olup temel modelden türetilen diğer modeller gibi *Cournot rekabeti varsayımında bulunmak durumunda değildir* (Bikker ve Bos, 2008:33).

P-R Modelinin kullanılabilmesi için bazı *varsayımlarda* bulunmak gerekir (Simbanegavi vd., 2012:7; Bikker ve Bos, 2008:33). Bunlar:

- İncelenen sektörde bir dengenin olduğu ve firmaların *uzun dönem dengesinde faaliyet gösterdiği* varsayımı. Bu durum *firma sayısının modelde içsel değişken olma gerekliliğini* doğurmaktadır.
- Firmaların faaliyetlerinin, piyasadaki diğer firmaların faaliyetlerinden etkilendiği varsayımı;
- Talep-fiyat esnekliğinin birden büyük olduğu ($\eta > 1$) varsayımı;
- Cobb-Douglas üretim fonksiyonu ve dolayısıyla *homojen bir maliyet yapısı* varsayımıdır.

Bu varsayımlar altında P-R Modeli, piyasa yapısının piyasa davranışı ve rekabet koşulları üzerindeki etkilerini incelemektedir (Bikker ve Haaf, 2002: 2205-2206). Başka bir ifade ile P-R Modeli SCP Paradigmasının davranışı göz

ardı ederek SP modeline dönüşünü engellemekte fakat bunu kendi modellemesi aracılığı ile yapmaktadır.

P-R Modelinde, denge çıktı miktarının ve denge firma sayısının belirlenebilmesi için firma ve sektör düzeyinde kârlar maksimize edilmektedir. Yani *ilk olarak*, i'inci firma, marjinal gelir ile marjinal maliyeti birbirine eşitleyerek kârını maksimize etmektedir (*firma düzeyi*) (Schaeck ve Cihak, 2007: 6-7, Bikker ve Haaf, 2002: 2193):

$$R'_i(x_i, n, z_i) - C'_i(x_i, w_i, t_i) = 0 \quad (2.13)$$

Burada; R_i , geliri; C_i , maliyetleri (üstlerindeki turnak işareti ise bunların marjinal değerlerini); x_i , i'inci firmanın çıktı düzeyini; n , sektördeki firma sayısını; z_i , firmanın gelir fonksiyonunu kaydıran dışsal değişkenler vektörünü; w_i , i'inci firmanın m tane faktör girdi fiyatlarının vektörünü ve t_i ise i'inci firmanın maliyet fonksiyonunu kaydıran dışsal değişkenler vektörünü göstermektedir.

İkincisi, dengede yani *piyasa düzeyinde* sıfır kâr kısıdı geçerlidir:

$$R^*_i(x^*, n^*, z) - C^*_i(x^*, w, t) = 0 \quad (2.14)$$

Burada * ile gösterilen değişkenler denge değerleri ifade etmektedir.

Fiyat-Maliyet Marjını (Price-cost margin - PCM) elde etmek için Denklem 2.10, Y_i/Y_i^* ile çarpılır ve tüm firmalar (tüm i'ler) için toplanırsa:

$$\begin{aligned} PCM &= \left(\sum_i p^* Y_i - w_i (dX_i/dY_i) Y_i \right) / p^* Y \\ &= \sum_i (Y_i/Y)^2 (-1/\eta) (1 + \lambda_i) \\ &= HHI (-1/\eta) (1 + \lambda_i) \end{aligned} \quad (2.15)$$

Son eşitlikte kullanılan HHI, Herfindahl-Hirschman Endeksidir. HHI bir önceki eşitlikteki değişkenler yerine *yaklaşık olarak* konulmuştur. Bu noktada HHI ve γ 'nın dışsal değişkenlerin katı birer fonksiyonu olduğu varsayılmaktadır. Pazar gücü, faktör girdi fiyatlarındaki bir değişimin (∂w_{k_i}), i'inci firma tarafından kazanılan denge gelirleri (∂R_i^*) tarafından ne kadar yansıtıldığı aracılığı ile ölçülür. P-R Modeli, pazar gücünü ölçmek amacıyla, *indirgenmiş-gelir-yaklaşımının* faktör fiyatlarına göre *esneklik toplamı* cinsinden bir rekabet ölçüsü – *H istatistiği* – tanımlamaktadır (Ak Kocabay, 2009: 34). *H istatistiği* indirgenmiş biçimdeki gelirlerin K girdi fiyatlarına bağlı

esnekliklerinin toplamıdır (Bikker ve Bos, 2008: 33). Bu tanım bağlamında H istatistiği şu şekilde hesaplanır:

$$H = \sum_{k=1}^K (\partial p^* Y / \partial w_k) (w_k / p^* Y) \quad (2.16)$$

H istatistiği kendisinden önceki yoğunlaşma endeksi tabanlı yapısal yaklaşımlara göre rekabeti ölçmede daha uygun bir ölçüttür. Çünkü H istatistiği kâr maksimizasyonu denkleminden elde edilmekte (Shaffer, 2004b: 587) ve yarışılabilir piyasalarda ve önemli yeniden-yapılanmaların olduğu piyasalarda firma düzeyinde veri kullanmaktadır.

$H \leq 0$	$0 < H < 1$	$H = 1$
• TEKEL, anlaşmalı oligopol, varsayımsal varyasyonlu veya kısa dönem oligopol	• TEKELCİ REKABET (Sektöre giriş-çıkış engellerinin olmadığı durumda)	• TAM REKABET (Giriş-çıkış engeli yok), <i>tam yarışmacı bir piyasada faaliyet gösteren doğal tek, başa baş noktası kısıtları altında satış-maksimizasyonu yapan firma</i>¹

Şekil 3 H İstatistiğinin Aldığı Değerlere göre Piyasa Yapıları
Shaffer (1982) iki durumda da $H=1$ olduğunu ispatlamıştır (Coccorese, 2004:209).

H istatistiği tahmin değeri $0 < H \leq 1$ arasında ve $H \leq 0$ gibi değerler alabilmektedir. *Tekel* (anlaşmalı oligopol, beklenti değişimi katsayısı olan kısa dönem oligopol) piyasa yapısı durumunda $H \leq 0$ olur; *tekerci rekabet* durumunda $0 < H < 1$ olur; ve *tam rekabet* (katıksız yarışılabilir bir piyasada faaliyet gösteren doğal tek, başa baş noktası kısıtları altında satış-maksimizasyonu yapan firma) durumunda ise $H = 1$ olur (Panzar ve Rosse, 1987: 453; Bikker ve Haaf, 2002: 2194-5; Shaffer, 2004a: 294-5; Claessens ve Laeven, 2004: 569; Simbanegavi vd., 2012: 9; Schaeck ve Cihak, 2007: 7; Vesala, 1995: 59; Rosse ve Panzar (1977) ve Panzar ve Rosse (1982)'den aktaran TBB, 2012: 131-2). Tekelci rekabet ve tam rekabet piyasaları için H istatistiğinin hangi aralıklarda değerler alacağı Chamberlinian Modeli aracılığıyla elde edilmiştir (Bikker ve Haaf, 2002: 2195).

H istatistiğinin tam rekabette 1 değerini alması, tam rekabette girdi fiyatlarındaki bir artışın aynen fiyata yansıtılmasından ve gelirin girdi fiyat artışı ile aynı oranda artmasından kaynaklanmaktadır. Tekelci rekabette ise gelir artışı, girdi fiyatlarındaki artıştan daha düşük oranlı olacağından H, 1'den küçük olmaktadır. Tekel durumunda ise girdi fiyatlarının artması firma gelirlerini düşüreceğinden H negatif değer almaktadır (Claessens ve Laeven, 2004: 567; Schaeck ve Cihak, 2007: 7; Shaffer, 2004a: 295; Degryse ve Ongena, 2010: 18; Nathan ve Neave, 1989: 580, Molyneux vd., 1996:35-36; Bikker ve Groeneveld, 1998: 4; De Bandt ve Davis, 2000: 1048; Al-Fayoumi ve Abuzayed, 2010: 10; Gelos ve Roldos, 2004: 46-47).

Piyananın rekabet gücünü ölçmede H istatistiğinin hem aldığı işaret hem de aldığı değer önemlidir. *Öte yandan P-R Modelinin uygulanmasında yapılan uzun dönem denge varsayımı H için hesaplanan değerlerin geçerliliğini de etkilemektedir.* Tam ve tekeli rekabet modellerine ait sonuçlar ($H > 0$ değerleri) varsayımın geçerliliğini gerektirmektedir. Dolayısıyla ampirik uygulamalarda H istatistiğine ait bu tip sonuçlar elde edildiğinde, *modelin uzun dönem dengesinde olup olmadığı da test edilmektedir.* Sadece $H \leq 0$ durumunda (tekeli) uzun dönem denge varsayımı yapma gerekliliği olmadığından bu tipten bir teste gerek yoktur (Panzar ve Rosse, 1987: 447). P-R Modelinin ilk uygulaması yerel medya piyasalarındaki gazete firmalarını inceleyen Rosse ve Panzar'a (1977) aittir (Coccoresse, 2004: 209).

P-R Modelinin *avantajlarından* bir tanesi küçük örneklerle anlamlı sonuçlar elde edilebilmesidir. Öte yandan Bresnahan-Lau Modeli bu tip küçük örneklemli çalışmalarda rekabet karşıtı sapmalar göstermektedir (Shaffer, 2004b: 586). Diğer bir *avantaj* ise, P-R Modelinde coğrafi olarak bir piyasa tanımlamaya gerek olmamasıdır (Hempel, 2002: 10).

Modele yöneltilen *eleştirilerden* ilki, modelde firmaya özgü veri kullanımıdır. Bu durum bu tip veriye erişimin olmadığı durumlarda *dezavantaj* olarak nitelendiriliyor olsa da, eğer veri temin edilebiliyorsa, firmaya özgü farkların ve firma tipindeki farklılıkların modele dâhil edilmesine olanak vermektedir (Claessens ve Laeven, 2004: 568). İkinci bir *eleştiri* ise P-R Modelinin girdi piyasalarında tam rekabet varsayımı yapmasına karşın (yani firmalar girdi piyasalarında fiyat kabul edici konumundadırlar varsayımında bulunuluyor) uygulamada her firmaya özgü girdi fiyatları kullanmasıdır (Hempel, 2002: 9). Öte yandan modele getirilen *eleştirilerin en ciddi ve kritiği*, H istatistiğinin, araştırmanın yapıldığı dönemde piyasaların uzun-dönem dengede olduğu

varsayımında bulunmasıdır¹⁰ (TBB, 2012: 132). Bu varsayım aslında P-R Modelinin statik modeller (oligopol) temelinde geliştirilmiş olduğunun göstergesidir (Hempel, 2002: 9). Dolayısıyla dinamik yapıya sahip bir model hakkında bir tespitte bulunulacaksa, öncelikle bu modelin uzun dönem dengesinde olup olmadığını test etmek gerekir. *Uzun dönem dengesinin olmadığı durumlarda ise H istatistiğinin değeri belirsiz yorumlara neden olmaktadır* (Shaffer, 2004a: 297). Bu belirsizlik farklı çalışmalarda farklı şekillerde ele alınmış ve farklı sonuçlar elde edilmiştir. Örneğin Simbanegavi vd. (2012: 9-10) çalışmalarında H istatistiğinin değerinden ziyade almış olduğu işaretin (eksi veya artı olması) daha bilgi verici olduğunu ileri sürmüşlerdir.

H istatistiğinin aldığı işaret ve büyüklük ile ilgili diğer bir çalışma Bikker vd.'ne (2009) aittir. Bu çalışmada H istatistiğinin aldığı işaret ve değerler, ölçeklendirme-ölçeklendirmeme, fiyat fonksiyonu-getiri fonksiyonu, sabit-U biçimli marjinal ve ortalama maliyet varsayımları gibi farklı varsayımlar çerçevesinde teorik ve ampirik olarak incelenmiştir. Örneğin ölçeğin analize dâhil edilip edilmemesi ile ilgili olarak, toplam varlıkların kontrol değişkeni olarak kullanıldığı modelde, tekel durumunda H istatistiğinin sıfırdan büyük ($H > 0$) sonuç verdiğini teorik ve ampirik olarak ispatlamışlardır. Dolayısıyla H'nin sıfırdan büyük veya küçük olmasının farklı modellemeler altında farklı piyasa yapılarını ifade ettiği ispatlanmıştır. Bu ispat, kendilerinden önceki pek çok ampirik çalışmanın sonuçlarının da güvenilmezliğine işaret etmektedir. Bu sorunlar, P-R çalışmalarının yanlı ve hatta hatalı sonuçlar vermesine, hesaplanan H istatistiğinin kolaylıkla yorumlanamamasına, daha önceden yapılan ampirik çalışmaların hatalı sonuçlar vermesine yol açmaktadır. P-R Modelini kullanan çalışmaların piyasa yapısı ile ilgili çıkarsamalarda bulunabilmesi için daha ayrıntılı veriye ihtiyaç olduğu görülmektedir (Bikker vd., 2009: 24-5). Dolayısıyla Bikker vd. (2009: s. 25) *“Bu durum, Bresnahan-Lau yaklaşımı gibi alternatif rekabet ölçütleri lehine bir savunma doğuracaktır”* şeklinde öngörde bulunmaktadır.

Shaffer (2004'a: 297-8) literatür taraması yaptığı çalışmasında P-R ile Bresnahan-Lau Modellerini teorik olarak karşılaştırmış ve modellerin avantaj ve dezavantajlarını Tablo 1'deki gibi tablolastırmıştır:

¹⁰ Bu sorunun çözümü için Shaffer (1982) bir test önermiştir (TBB, 2012:132). Ayrıca Claessens ve Laeven (2004:570) ampirik uygulama içeren çalışmalarında uzun dönem dengesinin var olup olmadığını test etmek için Denge Testi'ni (Equilibrium Test) kullanmışlardır.

Tablo 1. Panzar-Rosse ve Bresnahan Modellerinin Avantaj ve Dezavantajları

Bresnahan-Lau Modeli	Panzar-Rosse Modeli
Avantajlar	Avantajlar
• Firma-düzeyi veriye ihtiyaç duymaz. • Test istatistikleri statik veya dinamik tüm oligopol çözümleri için geçerlidir. • Herhangi bir monopson, eksik rekabet olarak gösterilebilir ve modelin revize edilmesini gerektirmez. • İyi tanımlanmış ekonometrik model. • Test istatistikleri rekabetçi dengeye karşın çıktı deformasyonu tahminlerini iyi derecede verir.	• Piyasa büyüklüğüne karşı sağlam, az ve çok sayıda firmanın olduğu piyasalar için kullanılabilir. • Basit, tek-denklemli, doğrusal model ile tahmin edilebilir. • Az sayıda değişken gerektirir. • Küçük örneklemlemlerle çalışılabilir.
Dezavantajlar	Dezavantajlar
• Piyasa tanımına karşı hassasiyet. • Doğrusal-olmayan sistem tahminini gerektirir. • Çoklu bağlantı (multicollinearity) sorunu çıkabilir. • Harcama tercih davranışı tarafından saptırılabilir. • Küçük örneklem durumlarında rekabet-karşıtı sapmalar gösterebilir.	• Firma düzeyi veri gerektirir. • Ekonometrik tanımlama zor olabilir. • Monopson gücü tek el gücünü perdeleyebilir. • H istatistiği bazen tek taraflı rekabet testi verir, yani tek elin reddi güvenilir iken, tam rekabetin reddi güvenilir değildir. • Test istatistikleri genel oligopol çözümleri için sürekli geçerli olmayabilir. • Eğer örneklem uzun-dönem-dengesinde değilse düzmece pazar gücü belirtisi verebilir. • Harcama tercih davranışı tarafından saptırılabilir. • İncelenen firmalar piyasa koşullarına göre uyarlanmazsa sonuçlar yanıltıcı olabilmektedir. • Rekabetçi fiyatlamaya ile basit maliyetleme artı fiyatlamaya arasında ayırım yapamamaktadır.

Kaynak: Shaffer, 2004a:298; Shaffer, 2004b:586-7, Aktan ve Masood, 2010:135.

Shaffer tabloda verilen avantaj ve dezavantajların sayılarına bile bakarak *Bresnahan Modelinin P-R Modelinden daha üstün olduğunu ileri sürmektedir*

(2004a: 297). Shaffer yine diğer bir çalışmasında (1983) P-R Modelinin örneklemin uzun-dönem dengesinde olmadığı durumlarda rekabet-karşıtı olarak sapma doğurduğunu ileri sürmektedir (Shaffer, 2001: 80). Shaffer ve DiSalvo (1994'ten aktaran Shaffer, 2001: 82) çalışmalarında veri olması durumunda Bresnahan-Lau Modelinin ekonometrik tanımlama ve tahmin edilen davranış parametrelerinin belirli bir oligopol çözümüne işaret etmesi bağlamlarında P-R Modelinden daha üstün olduğunu ifade etmektedirler.

Bresnahan-Lau Modeli

Oligopolistik bir model olan Bresnahan ve Lau Modeli ilk olarak Bresnahan (1982) ve Lau (1982) tarafından ortaya atılmış, model daha sonra Bresnahan (1989) tarafından geliştirilmiştir. Literatür incelendiğinde zaman, model ismi olarak *Bresnahan ve Lau Modeli*'ni kullananların yanında sadece *Bresnahan Modeli* ismini kullananlara da rastlanılmaktadır¹¹.

Bresnahan modelinin kullanılabilmesi için bazı varsayımların yapılması gerekmektedir (Toolsema, 2002: 2220). Bunlar:

- Firmaların kâr maksimizasyonu yaptıkları varsayımı,
- Firmaların girdi fiyatları bağlamında fiyat kabul edici oldukları varsayımı,
- Firmaların riske duyarsız oldukları varsayımı.

Bresnahan (1982: 87-9), arz ve talep eğrilerinin kesişimi ile denge piyasa fiyatı ve üretim miktarının ortaya çıktığı bir model geliştirmiştir. Bu gelişme Mason'un talep eğrisinin ölçülebilmesi beklentisini karşılamaktadır. Mason (1939: 70) çalışmasında o tarihteki mevcut bilgi birikimi ile piyasa talebinin *ölçülemediğinden*, dolayısıyla piyasa yapısı ile fiyat/rekabet/politika arasındaki ilişkinin anlaşılabilmesi için ilk adım olarak talebin (ölçülme yerine) *tahmin edildiğinden* yakınmaktadır¹². Bu noktada Bresnahan modeli, *talebi ekonometrik olarak ölçerek tam da Mason'un belirttiği eksikliği tamamlamaktadır*.

Modelde tüketiciler fiyat kabullenen durumda iken, üreticiler fiyat kabul eden (tam rekabet durumu) veya etmeyen (eksik rekabet veya tekel) olarak ikiye ayrılmaktadır. Bu varsayımlar altında tipik bir talep fonksiyonu $Q = D(P, Y, \alpha) + \varepsilon$ şeklindedir. Burada Q, miktarı; P, fiyatı; Y, dışsal değişkeni (örneğin gelir); α ise tahmin edilecek talep parametrelerini göstermektedir. Arz fonksiyonu ise üreticilerin fiyat kabul edici olup olmamalarına göre farklılaşmaktadır. Eğer

¹¹ Çalışmada bölüm başlığı olarak, gelişmesinde ortak katkıları dolayısıyla “*Bresnahan ve Lau Modeli*” tercih edilirken, metin içerisinde kısalığı sebebiyle de “*Bresnahan Modeli*” kullanılmaktadır.

¹² Mason, SCP Paradigmasının kurucularından birisi olarak kabul edilse de, zamanının çok ötesinde görüşleri olduğu ve bu görüşler dolayısıyla Bresnahancı bir tavrının olduğu ileri sürülebilir. Çünkü Mason'un SCP Paradigmasına yönelttiği eleştiriler, (özellikle ampirik ölçüm eksiklikleri, fiyat belirleme/rekabet davranışlarının çok farklı faktörlere bağlanması gerektiği vb.) Bresnahan modelinin hareket noktasını oluşturmaktadır.

üreticiler fiyat kabul edici ise $P = MC$ olur ve $P = c(Q, W, \beta) + \varepsilon$ şeklini alır; öte yandan eğer üreticiler fiyat kabul edici değil ise $MC = MR_p$ olur ve $P = c(Q, W, \beta) - \lambda h(Q, Y, \alpha) + \varepsilon$ şeklini alır. Bu denklemlerdeki W , arz yönündeki dışsal değişkenleri (ör. ağırlıklandırılmış girdi fiyatları); β arz fonksiyonu parametrelerini göstermektedir. Sonuçta, $MR = P + h(\cdot)$ ve $MR_p = P + \lambda h(\cdot)$ olur. $h(\cdot)$ 'nin içinde talep parametresi (α) ve dışsal değişkenler (Y) yer alır çünkü bunlar MR 'yi etkilemektedir (Shaffer, 1993: 51).

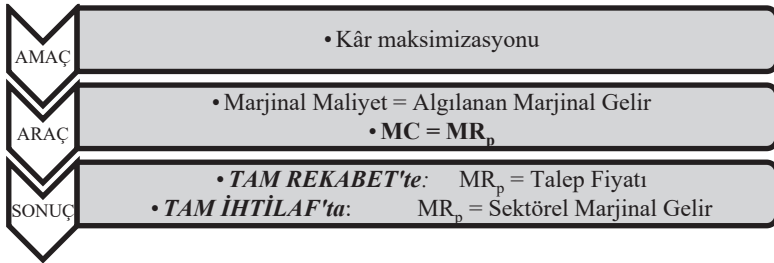
Bu bağlamda Denklem 2.32'deki değişkenlerin ortalaması alınarak aşağıdaki denklem elde edilir:

$$p^* + f'(Y) \sum_i (dY/dY_i)(1/n) Y_i - \frac{\sum_i \left(w_i \frac{dX_i^*}{dY_i} \right)}{n} = 0 \quad (2.17)$$

Burada, λ_i eğer $(dY/dY_i)/n = (1 + d(\sum_{i \neq j} Y_j)/dY_i)/n$ şeklinde yeniden tanımlanırsa ve tüm firmalar eşit olarak varsayılırsa (bu durumda $\lambda = \lambda_i$ olur) Denklem 2.17 şuna eşit olur:

$$p^* = -\lambda f'(Y)Y + W \quad (2.18)$$

Yukarıdaki denklemde W ağırlıklandırılmış girdi fiyatlarıdır. Burada firmalar marjinal maliyetlerini (MC) algıladıkları marjinal gelire (MR_p) eşitleyerek kârlarını maksimize ederler. *Algılanan marjinal gelir, rekabetçi dengede talep fiyatına; tam ihtilaf durumunda ise sektörün marjinal gelirine eşittir* (Shaffer, 1993, 51; Claessens ve Laeven, 2004: 567).



Şekil 4. Bresnahan Modeli'nde Kâr Maksimizasyonu

Modelin ampirik uygulamalarında genellikle $Q = D(P, Y, \alpha) + \varepsilon$ talep fonksiyonu ile $P = c(Q, W, \beta) - \lambda h(Q, Y, \alpha) + \eta$ arz fonksiyonunu kullanmakta ve eş-zamanlı olarak tahmin edilmektedir¹³. Sonuç olarak model, *ortalama* bir firma için (yani tüm firmaların eşit ve özdeş oldukları durumdaki herhangi bir firma) pazar gücünün ampirik olarak tespiti için kısa dönemli bir model olarak kullanılabilir. Modelde, sektörel zaman serisi verilerine dayanarak, beklenti değişimi katsayısı parametresi ($\lambda = (1 + d \sum_{i \neq j} \frac{x_j}{dx_i})/n$ ve $0 \leq \lambda \leq 1$) piyasa talep ve arz eğrilerinin eş-zamanlı tahmini ile elde edilmektedir (Bikker ve Bos, 2008: 32).

Burada λ pazar gücünü ölçen yeni parametredir. Eğer $\lambda = 1$ olursa tam ihtilaf/kartel (veya tekel)¹⁴; $\lambda = 0$ olursa tam rekabet; 0 ile 1 arasındaki değerler ise oligopol anlamına gelmektedir¹⁵. Cournot dengesinde ise $\lambda = 1/n$ değerini alır. Pazar gücünü gösteren λ aynı zamanda, toplam çıktı düzeyinin tam rekabet dengesinden oransal olarak ne kadar saptığının da bir göstergesidir (Shaffer, 1993: 51; Shaffer, 2001: 84;).

Bresnahan Modelinin en önemli *avantajı* Iwata Modeli gibi bireysel firma verisi kullanmanın yanı sıra, sektörel veri de kullanabilmesidir¹⁶ (Shaffer, 1989: 321; Greenberg ve Simbanegavi, 2009: 14; Shaffer, 2001: 84). *Yani Bresnahan Modeli hem firmaya özgü (panel) hem de sektörel (zaman serisi) veri kullanabilmektedir.* Fakat Bresnahan (1982) ve Lau'nun (1982) orijinal çalışmalarında verinin firmaya özgü veya sektörel olmasının bir önemi olmadığından ama yine de sektörel veri üzerine odaklanmalarından dolayı sektörel veri kullanan beklenti değişimi katsayısı çalışmaları Bresnahan ve Lau Modeli olarak isimlendirilmektedir (Toolsema, 2002: 2218). *Diğer avantajları* ise, modelin kurulumu ve parametreleri dolayısıyla, λ 'nın yansız olması ve sektördeki tüm firmaların aynı ölçüde pazar gücüne sahip olma gerekliliğinin olmamasıdır (Shaffer, 1993: 51, 53). Öte yandan orijinal Bresnahan Modelinin statik özellik taşıması ise *dezavantajdır* (ama bir uyarılama ile çözüme

¹³ Bresnahan (1982:91) rekabet ile tekel durumunu birbirinden ayırabilmek için modeli revize etmiş ve talep fonksiyonu için $Q = \alpha_0 + \alpha_1 P + \alpha_2 Y + \alpha_3 PZ + \alpha_4 Z + \varepsilon$ eşitliğini; arz fonksiyonu için de $P = -\lambda / (\alpha_1 + \alpha_3 Z) Q + \beta_0 + \beta_1 Q + \beta_2 W + \eta$ eşitliğini kullanmıştır. Burada $Q^* = -Q / (\alpha_1 + \alpha_3 Z)$ kabul edilirse, Q, Q^*, Z , ve W dışsal değişkenler olurlar. λ, Q^* 'ın katsayısı olarak tahmin edilir ve pazar gücü bulunmuş olur.

¹⁴ Tam kartel durumunda λ 'nın 1 değerini alma sebebi ile tekel durumunda λ 'nın 1 değerini alma sebebi birbirinden farklıdır. Farklılık için bkz. Simbanegavi, 2012:16.

¹⁵ λ 'nın 1 değerini alması bir firmanın çıktı miktarındaki düşüşün tamamının diğer bir firma tarafından alınıyor olmasıdır ki bu durum tam kartel durumunu verir. Halbuki bu düşüş çok (sonsuz) sayıdaki firma tarafından alınıyorsa bu durum tam rekabet durumunu vermektedir (Simbanegavi, 2012:15-16; More ve Nagy, 2004:21-22).

¹⁶ Firma verisi kullanımının, serbestlik derecesi artırmak, firmaya özgü davranış parametreleri sunmak (yani her firma için farklı λ değeri) ve dolayısıyla da büyük firmaların küçük firmalardan farklı davranıp davranmadığını tespit etmek gibi üstünlükleri olmasına rağmen, veri bulmanın zor olması araştırmacıları sektörel veri kullanımına yönlendirmektedir (Shaffer, 2001:84; More ve Nagy, 2004:22).

kavuşturulmuştur). Steen ve Salvanes (1997: 147-148) çalışmalarında hata düzeltme modelinden (error correction model) faydalanarak Bresnahan Modelini *dinamik* hâle getirmişlerdir. Bu vesile ile modele alışkanlık formülasyonu ve uyarlama maliyetleri eklemlenmiş; pazar gücü parametresi belirlemede kullanılan değişkenlerin birbirinden ayrıştırılması sağlanmıştır. Dolayısıyla Lau'nun (1982) "İmkânsızlık Teoremi" (Impossibility Theorem) olarak nitelendirdiği ayrıştıramama problemi çözülmüştür.

3. SONUÇ

Çalışmada yoğunlaşma endeksleri tek tek açıklanmasa da bu endekslerin teorik yapıları dolayısıyla farklılık gösterdikleri ve hiçbirinin diğerine karşı *mutlak üstünlük* taşımadığı söylenebilir. *Farklı durumlarda farklı endekslerin avantajları ön plana çıkmaktadır*. Dolayısıyla daha *uygun* endekslerin seçimi ancak dikkatle belirlenmiş hipotezlerin dikkatli ampirik testleri ile yapılabilse de uygun endeksin seçimi için literatürde oldukça az sayıda çalışma bulunmaktadır (ör. Rosenbluth, 1955: 64, Bailey ve Boyle, 1971: 702)¹⁷. Literatür genellikle üstün olanın seçimine değil, farklı endekslerin denenmesi ile *uygun* endeksin belirlenmesine odaklanmaktadır. Bunu yaparken de her bir endeksin avantaj ve dezavantajları değerlendirilmektedir. Dolayısıyla endekslerin tümü geçerliliğini korumaktadır. Öte yandan CR_k ve HHI endeksleri veri bulunabilirliği ve hesaplama kolaylıkları avantajları ile literatürde en yaygın kullanılan endeksler olagelmıştır. Yine de:

- Yüksek bir yoğunlaşma oranının, rekabetin düşeceğini garantilememesi (Bikker ve Haaf, 2000:4);
- Tüm bu endeksler arasında en iyi olarak kabul edilen tek bir endeks bulunmaması ve her ayrı durum (ülke, sektör, dönem vb.) için ayrı bir endeksin en iyi sonucu vermesi (Hall ve Tideman, 1967:167);
- Claessens ve Laeven (2004) yaptıkları çalışmada Panzar-Rosse modeli kullanarak H-istatistiğini hesaplamışlar ve bunları yoğunlaşma endeksleri ile karşılaştırmışlardır. Fakat bu iki tip ölçütün birbiri ile bağlantısız olduğunu tespit etmişlerdir. Dolayısıyla da yoğunlaşmanın iyi bir rekabet ölçütü olmadığını ortaya çıkması (Degryse ve Ongena, 2010:19) dolayısıyla yoğunlaşma endeksleri eleştirilmeye devam etmiştir.

Yoğunlaşma endeksleri hakkında tespit edilen bu sorunlar, literatürde yapısal ve yapısal-olmayan yaklaşımlara daha sık başvurma sonucunu doğurmuştur.

¹⁷ Bailey ve Boyle (1971:703-6) ampirik olarak CR₁, CR₄, CR₈, HHI, HHI₈, HHI₂₀, ve HTI'yı karşılaştırmış fakat endekslerin benzer sonuçlar verdiğini tespit etmişlerdir. Öte yandan veri bulunabilirliği dolayısıyla CR₄'ün kullanımının tercih edildiğini de belirtmişlerdir.

Yapısal modeller bağlamında SCP Paradigması, Etkinlik Hipotezi ve Göreceli Piyasa Gücü Hipotezi (ve Rahat Hayat Hipotezi) incelenmiştir. Bu modellerden SCP Paradigması literatürde en yaygın modellerden biridir. Ana varsayım olarak piyasa yapısı ile firma davranışları arasında (gizli anlaşmalar ve İşbirliği Hipotezi aracılığıyla) doğrudan ve deterministik bir ilişki olduğunu varsayan model; piyasadaki yoğunlaşma artışının, firmanın pazar gücünü artıracığını, rekabetçi davranışlarını azaltacağını, etkinliğini düşüreceğini ve kârlılığını artıracığını öngörmektedir. Fakat bu öngörüler, teorinin ve ekonometrik yöntemlerin gelişmesi ile test edilir hâle gelmiş ve modelin geçerliliğine dair teorik ve ampirik eleştiriler oluşmuştur. Teorik eleştiriler, Farklı Etkinlik Hipotezi, Yarışılabilir Piyasalar Hipotezi ve Kuruluş Yeri Teorisi gibi modellerin doğmasına; ampirik eleştiriler ise yeni ekonometrik modellemelerin ve değişkenlerin kullanılmasına neden olmuştur. Diğer bir model, yine literatürde sıkça başvurulmuş Etkinlik Hipotezidir. Etkinlik Hipotezi, SCP ile aynı ana varsayıma sahip olmasına rağmen nedenselliği gizli anlaşmalara değil etkinliğe bağlamaktadır. Etkinlik Hipotezi, özellikle bağımlı değişken seçimi ve etkinliğin piyasa yapısına etkisinin test edilememesi dolayısıyla eleştirilere uğramıştır. Yapısal modellerin sonuncusu ise Göreceli Piyasa Gücü Hipotezidir. Hipotez kendi isminden ziyade özel bir durumu ifade eden Rahat Hayat Hipotezi ile anılmakta ve literatürde genellikle bu model kullanılmaktadır. Öte yandan model, SCP Paradigması veya Etkinlik Hipotezi kadar tercih edilmemektedir.

Yapısal-olmayan modeller, kâr maksimizasyonu (veya maliyet minimizasyonu) aracılığıyla maliyet ve kâr fonksiyonlarının eş-anlı olarak tahmin edilmesi üzerine kurulan temel denklemin farklılaştırılması ile oluşturulan Iwata, P-R ve Bresnahan modellerinden oluşmaktadır. Bu modellerden Iwata modeli mikro düzeydeki veri ihtiyacı dolayısıyla veri bulunabilirlik sorunu yaşamış ve çok yaygınlaşmamıştır. Modele ait diğer bir sorun ise modele dışsal değişkenin eklenmemiş olmasıdır. Bu spesifikasyon sorunu Bresnahan Modeli ile çözülmüştür. Dolayısıyla Bresnahan modeli Iwata modeline üstün gelmiştir. Literatürde çok yaygın olan modellerden biri de P-R Modelidir. Model çok yaygın olarak kullanılmasına rağmen, önemli eleştirilere maruz kalmıştır. Firmaya özgü veri gerektirmesi, firmaların girdi fiyatları bağlamında fiyat kabul edici olarak varsayımlarına rağmen firmaya özgü verilerin kullanılması, uzun dönem dengesi varsayımına dayanması çok önemli sonuçlar doğuran eleştiriler arasındadır. Özellikle uzun dönem dengesi varsayımı, pek çok P-R uygulamasını geçersiz kılmaktadır. Dolayısıyla literatürdeki P-R çalışmalarının çoğunun geçerliliği sorgulanmaktadır.

Temel modelden türetilen tüm modellerde çıktı fiyatları analize dâhil edilememektedir. Buna tek istisna ise Bresnahan Modelidir. Bresnahan

Modelinde tek çıktının fiyatı modele dâhil edilmektedir (Bikker ve Bos, 2005: 33). Dolayısıyla fiyat rekabetinin yapıldığının varsayıldığı modellerde fiyatın olmaması sorununu tek aşabilen model Bresnahan Modeli olmuştur.

Tüm bu sebeplerden dolayı Bresnahan Modeli en güçlü ve günümüzde literatürde en tercih edilen model olmuştur. Model, sektörel (ve arzu edilirse firma düzeyinde) düzeyde veri ihtiyacı, statik ve dinamik versiyonları, monopson piyasalara için sunduğu çözüm ve iyi tanımlanmış ekonometrik modeli ile oldukça güçlüdür.

REFERANSLAR

1. Ak Kocabay, S. (2009). *Bank competition and banking system stability: Evidence from Turkey*, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Eylül, Ankara.
2. Aktan, B., ve Masood, O. (2010). The state of competition of the Turkish banking industry: An application of the Panzar-Rosse model. *Journal of Business Economics and Management*, 11(1), 131-145.
3. Al-Fayoumi, N., ve Abuzayed, B. (2010). Competitive conditions in MENA banking markets. <http://resources.ju.edu.jo/Resources/EconomicObservatory/Lists/Conferences/Attachments/6/3-Competitive%20Conditions%20in%20MENA%20Banking%20Markets.pdf>adresinden 09.07.2023 tarihinde alınmıştır.
4. Ali, M. M., ve Greenbaum, S. I. (1977). A spatial model of the banking industry. *The Journal of Finance*, 32(4), 1283-1303.
5. Al-Jarrah, I. M., ve Gharaibeh, H. (2009). The efficient cost of market power in banking: A test of the “quiet life” and related hypotheses in the Jordan’s banking industry. *Investment Management and Financial Innovations*, 6(2), 32-39.
6. Bailey, D., ve Boyle, S. E., (1971). The optimal measure of concentration. *Journal of American Statistical Association*, 66(336), 702-706.
7. Bain, J. S. (1951). Relation of profit rate to industry concentration: American manufacturing, 1936-1940. *The Quarterly Journal of Economics*, LXV(3), 293-324.
8. Baumol, W. J., Panzar, J. C., ve Willig, R. D. (1982). *Contestable markets and the theory of industry structure*, New York: Harcourt Brace Jovanovich, Inc.’dan aktaran Aktan, B., ve Masood, O. (2010). The state of competition of the Turkish banking industry: An application of the Panzar-Rosse model. *Journal of Business Economics and Management*, 11(1), 131-145.
9. Benson, B. L. (1980). Löschian competition under alternative demand conditions. *American Economic Review*, 70, 1098-1105.
10. Berger, A. N. (1995). The profit-structure relationship in banking - tests of market-power and efficient-structure hypothesis. *Journal of Money, Credit and Banking*, 27(2), 404-431.
11. Berger, A. N., ve Hannan, T. H. (1989). The price-concentration relationship in banking. *The Review of Economics and Statistics*, 71(2), 291-299.

12. Berger, A. N., ve Mester, L. J. (1997). Inside the black box: What explains differences in the efficiencies of financial institutions?. *Journal of Banking and Finance*, 21(7), 895-947.
13. Bikker, J. A., Shaffer, S., ve Spierdijk, L. (2009). Assessing competition with the Panzar-Rosse model: The role of scale, costs, and equilibrium. *Utrecht School of Economics, Tjalling C. Koopmans Research Institute*, Discussion Paper Series Nr: 09-27.
14. Bikker, J. A., ve Bos, J. W. B. (2005). Trends in competition and profitability in the banking industry: A basic framework. *SUERF Studies 2005/2*, The European Money and Finance Forum, Vienna.
15. Bikker, J. A., ve Bos, J. W. B. (2008). *Bank performance: A theoretical and empirical framework for the analysis of profitability, competition and efficiency*, Oxon, ABD: Routledge International Studies in Money and Banking.
16. Bikker, J. A., ve Groeneveld, J. M. (1998). Competition and concentration in the EU banking industry. *De Nederlandsche Bank, Research Series Supervision*, No. 8.
17. Bikker, J. A., ve Haaf, K. (2000). Measures of competition and concentration in the banking industry: A review of the literature. *De Nederlandsche Bank Research Series Supervision*, 27, September.
18. Bikker, J. A., ve Haaf, K. (2002). Competition, concentration and their relationship: An empirical analysis of the banking industry. *Journal of Banking and Finance*, 26, 2191-2214.
19. Bresnahan, T. F. (1982). The oligopoly solution concept is identified. *Economic Letters*, 10, 87-92.
20. Brozen, Y. (1982). *Concentration, mergers and public policy*, New York: Macmillan.
21. Claessens, S., ve Laeven, L. (2004). What drives bank competition? Some international evidence. *Journal of Money, Credit, and Banking*, 36(3), The Ohio State University Press.
22. Coccorese, P. (2004). Banking competition and macroeconomic conditions: A disaggregate analysis. *International Financial Markets, Institutions and Money*, 14, 203-219.
23. Çelik, T., ve Kaplan, M. (2010). Türk bankacılık sektöründe etkinlik ve rekabet: 2002-2007. *Sosyoekonomi*, Temmuz-Aralık, 2010-2, 7-28.
24. De Bandt, O., ve Davis, E. P. (2000). Competition, contestability and market structure in European banking sectors on the eve of EMU. *Journal of Banking and Finance*, 24, 1045-1066.

25. Degryse, H., ve Ongena, S. (2010). The financial crisis and competition in retail banking: Insights from the academic literature. 'The Future of Retail Banking in Europe Competition and Regulatory Challenges' konferansında sunulan bildiri, *European Credit Research Institute (ECRI)*, 10 Haziran, Brüksel.
26. Demirel, O. (2014). *Türkiye'de bankacılık sektöründe pazar gücü araştırması*, Basılmamış Doktora Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Haziran, Isparta.
27. Demsetz, H. (1973). Industry structure, market rivalry, and public policy. *Journal of Law and Economics*, 16, 1-10.
28. Evanoff, D. D., ve Fortier, D. L. (1988). Re-evaluation of the structure-conduct-performance paradigm in banking. *Journal of Financial Research*, 1, 277-294.
29. Gelos, R. G., ve Roldos, J. (2004). Consolidation and market structure in emerging market banking systems. *Emerging Markets Review*, 5, 39-59.
30. Gilbert, R. A. (1984). Bank market structure and competition - A survey. *Journal of Money, Credit and Banking*, 19, 617-645.
31. Greenhut, J., Greenhut, M. L., ve Kelly, W. H. (1977). A spatial-theoretical perspective for bank merger regulations. *Federal Reserve Bank Chicago Proceedings on Bank Structure and Competition*, 210-254'ten aktaran Gilbert, R. A. (1984). Bank market structure and competition - A survey. *Journal of Money, Credit and Banking*, 19, 617-645.
32. Hall, M., ve Tideman, N. (1967). Measures of concentration. *American Statistical Association Journal*, 62(317), 162-168.
33. Hempel, H. S. (2002). Testing for competition among German banks. *Economic Research Centre of the Deutsche Bundesbank, Discussion Paper 04/02*, 1-47.
34. Hicks, J. R. (1935). Annual survey of economic theory: The theory of monopoly. *Econometrica*, 3(1), January 1-20.
35. Iwata, G. (1974). Measurement of conjectural variations in oligopoly. *Econometrica*, 42, 947-966.
36. Katib, M. N. (2004). Market structure and performance in the Malaysian banking industry: A robust estimation. *8th Capital Markets Conference, Indian Institute of Capital Markets Paper* konferansında sunulan bildiri. http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=872266 adresinden 15.08.2023 tarihinde alınmıştır.
37. Lau, L. (1982). On identifying the degree of competitiveness from industry price and output data. *Economics Letters*, No. 10, 93-99'dan

- aktaran Korkmaz, A. (2010). Türk mevduat bankacılığı sektöründe rekabet derecesi Bresnahan-Lau modeli'nden kanıtlar. *Bankacılar Dergisi*, 74, 3-19.
38. Marfels, C. (1971). A guide to the literature on the measurement of industrial concentration in the post-war period. *Zeitschrift für Nationalökonomie*, 31, 483-505.
39. Mason, E. S. (1939). Price and production policies of large-scale enterprise. *The American Economic Review*, 29(1), Supplement, Papers and Proceedings of the Fifty-First Annual Meeting of the American Economic Association, 61-74.
40. Matthews, K., Murinde, V., ve Zhao, T. (2007). Competitive conditions among the major British banks. *Journal of Banking and Finance*, 31(7), 2025-2042.
41. Maudos, J., ve Guevara, J. (2007). The Cost of market power in banking: social welfare loss vs. cost efficiency. *Journal of Banking and Finance*, 31, 2103-2125.
42. Means, G. (1939). The structure of the American economy, Part I, Basic Characteristics. *National Resources Committee*, Washington, <http://babel.hathitrust.org/cgi/pt?id=wu.89031107881;view=lup;seq=9adresinden> 15.08.2023 tarihinde alınmıştır.
43. Molyneux, P., Thornton, J., ve Lloyd-Williams, M. D. (1996). Competition and market contestability in Japanese commercial banking. *Journal of Economics and Business*, 48(1), 33-45.
44. More, C., ve Nagy, M. (2004). Competition in the Hungarian Banking market. *Working Paper*, 2004/9, Magyar Nemzeti Bank, Budapest.
45. Nathan, A., ve Neave, E. H. (1989). Competition and contestability in Canada's financial system empirical results. *The Canadian Journal of Economics*, 22(3), 576-594.
46. Panzar, J., ve Rosse, J. (1982). Structure, conduct and comparative statistics. *Bell Laboratories Economic Discussion Paper*, No. 248'den aktaran TBB (Türkiye Bankalar Birliği), (2012). *Türkiye'de bankacılık sektörü piyasa yapısı, firma davranışları ve rekabet analizi*, Yayın No. 280, İstanbul.
47. Panzar, J., ve Rosse, J. (1987). Testing for "monopoly" equilibrium. *Journal of Industrial Economics*, 35, 443-456.
48. Paul, M. C. J. (1999). *Cost structure and the measurement of economic performance*. Norwell, MA: Kluwer Academic Publishers'tan aktaran Matthews, K., Murinde, V., ve Zhao, T. (2007). Competitive Conditions

- among the major British banks. *Journal of Banking and Finance*, 31(7), 2025-2042.
49. Peltzman, S., (1977). The gains and losses from industrial concentration. *Journal of Law and Economics*, 20(2), 229-63.
 50. Perera, S., Skully M., ve Wickremanayake, J. (2006). Competition and structure of South Asian banking: A revenue behaviour approach. *Applied Financial Economics*, 16, 789-801.
 51. Rhoades, S. A. (1977). Structure-performance studies in banking: A summary and evaluation. *Staff Economic Papers*, No. 92 (Federal Reserve Board), <http://babel.hathitrust.org/cgi/pt?id=mdp.35128000317691> adresinden 15.08.2023 tarihinde alınmıştır.
 52. Rosenbluth, G. (1955). Measures of concentration. *business concentration and price policy*. National Bureau Committee for Economic Research, 57-99, Princeton University Press, <http://www.nber.org/chapters/c0953.pdf> adresinden 15.08.2023 tarihinde alınmıştır.
 53. Rosse, J., ve Panzar, J. (1977). Chamberlin vs. Robinson: An empirical study for monopoly rents. *Bell Laboratories Economic Discussion Paper*'dan aktaran TBB (Türkiye Bankalar Birliği), (2012). *Türkiye'de Bankacılık Sektörü Piyasa Yapısı, Firma Davranışları ve Rekabet Analizi*, Yayın No. 280, İstanbul.
 54. Schaeck, K., ve Cihak, M. (2007). Banking competition and capital ratios. *IMF Working Paper*, 07/216.
 55. Shaffer, S. (1004b). Comment on "What drives bank competition? Some international evidence" by Stijn Claessens and Luc Laeven. *Journal of Money, Credit and Banking*, 36(3), June, Part 2, 585-592.
 56. Shaffer, S. (1982). A non-structural test for competition in financial markets. *Proceedings of the Conference on Bank Structure and Competition*, Federal Reserve Bank of Chicago, 225-243'ten aktaran Aktan, B., ve Masood, O. (2010). The state of competition of the Turkish banking industry: An application of the Panzar-Rosse model. *Journal of Business Economics and Management*, 11(1), 131-145.
 57. Shaffer, S. (1983). "Non-structural measures of competition: Toward a synthesis of alternatives", *Economics Letters*, 12(3), 349-353'ten aktaran Shaffer, S. (2001). Banking conduct before the European single banking license: A cross-country comparison. *North American Journal of Economics and Finance*, 12, 79-104.

58. Shaffer, S. (1989). Competition in the U.S. banking industry. *Economic Letters*, 29, 321-23.
59. Shaffer, S. (1993). A test of competition in Canadian banking. *Journal of Money, Credit and Banking*, 25(1), 49-61.
60. Shaffer, S. (2001). Banking conduct before the European single banking license: A cross-country comparison. *North American Journal of Economics and Finance*, 12, 79-104.
61. Shaffer, S. (2002). Conduct in a banking monopoly. *Review of Industrial Organization*, 20, 221-238.
62. Shaffer, S. (2004a). Patterns of competition in banking. *Journal of Economics and Business*, 56, 287-313.
63. Shaffer, S., ve Disalvo, J. (1994). Conduct in banking duopoly. *Journal of Banking and Finance*, 17(2-3), 1063-1082'den aktaran Shaffer, S. (2001). Banking conduct before the European single banking license: A cross-country comparison. *North American Journal of Economics and Finance*, 12, 79-104.
64. Simbanegavi, W., Greenberg J. B., ve Gwatidzo, T. (2012). Testing for competition in the South African banking sector. *Munich Personal RePEc Archive*, No. 43627, August, http://mpira.ub.uni-muenchen.de/43627/1/MPRA_paper_43627.pdf adresinden 15.08.2023 tarihinde alınmıştır.
65. Smirlock, M. (1985). Evidence on the (non) relationship between concentration and profitability in banking. *Journal of Money, Credit and Banking*, 17, 69-83.
66. Steen, F., ve Salvanes, K. G. (1997). Testing for Market power using a dynamic oligopoly model. *International Journal of Industrial Organization*, 17, 147-177.
67. TBB (Türkiye Bankalar Birliği), (2012). *Türkiye'de bankacılık sektörü piyasa yapısı, firma davranışları ve rekabet analizi*, Yayın No. 280, İstanbul.
68. Toolsema, L. A. (2002). Competition in the Dutch consumer credit market. *Journal of Banking and Finance*, 26, 2215-2229.
69. Van Der Vennet, R. (1997). "EMU and bank consolidation", *CEPS Business Policy Report*, 4, 15-30'dan aktaran Bikker, J. A., ve Bos, J. W. B. (2008). *Bank performance: A theoretical and empirical framework for the analysis of profitability, competition and efficiency*, Routledge International Studies in Money and Banking. Oxon, ABD.
70. Vesala, J. (1995). Testing for competition in banking: Behavioral evidence from Finland. *Bank of Finland Studies*, E: 1.

73. Bölüm

Yoksulluk ve Engellilik İlişkisi

Ömer Şükrü YUSUFOĞLU¹

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Fırat Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Sosyal Hizmet Bölümü, oyusufoglu@firat.edu.tr, ORCID: 0000-0003-3173-7251

ÖZET

Yoksulluk ve engellilik birbiriyle sıkça anılan problemlerdir. Yoksulluk daha çok ekonomik ve sosyal yönüyle bilinirken engellilik fiziksel ve psikolojik boyutuyla bireylerin kısıtlanma durumunu ifade etmektedir. Her iki sorun birbirine neden olmakta ve bu durum kısır döngüye dönüşebilmektedir. Yoksulların yetersiz beslenme, sağlık hizmetlerine ulaşamama ve ağır işler nedeniyle engelli olma olasılıkları zengin kimselere nazaran daha yüksektir. Aynı şekilde engelli bireylerin istihdama yeterince katılamamaları, düşük ücretle çalışmaları, sosyal izolasyon ve sosyal dışlanmaya maruz kalmaları nedeniyle yoksulluk riskleri engelli olmayan bireylere göre daha yüksektir. Engellilerin tarih boyunca ayrımcılığa maruz kalmaları, damgalanmaları ve toplumdan dışlanmaları sosyal model yaklaşımını doğurmuştur ve bu yaklaşım engelli bireylerin sorunlarının çözümünde daha etkili olmuştur.

Bu çalışmada yoksulluk ve engelliliğin birbiriyle olan ilişkisi açıklanmaya çalışılmıştır. Bu bağlamda literatür taraması yapılmış, teorik ve uygulamalı çalışmalar değerlendirmeye alınmış, dünyada ve Türkiye’deki bazı istatistiki raporlar değerlendirilmiştir. Yapılan çalışma sonucunda özellikle az gelişmiş ülkelerde yoksulluk ve engellilik ilişkisinin yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Banks ve diğerleri tarafından incelenen 150 engellilik araştırmasının sonuçlarına göre düşük ve orta gelirli ülkelerde yoksulluk ve engellilik arasındaki ilişki %81 oranında pozitif yönde bulunmuştur. Refah düzeyi iyi olan ve sosyal devlet anlayışını benimseyen ülkelerde ise yoksullara ve engellilere yönelik hizmetler nedeniyle her ikisi arasındaki ilişki zayıflamıştır. Türkiye’de ise 1960’lı yıllardan itibaren kurulan kuruluşlar ve özellikle son 20 yılda giderek artan yardımlar ve sunulan bakım hizmetleri engellilerin yoksulluk riskini azaltmıştır.

Anahtar Kelimeler: Yoksulluk, Engellilik, İstihdam, Sosyal Model, Sosyal Dışlanma

THE RELATIONSHIP BETWEEN POVERTY AND DISABILITY

ABSTRACT

Poverty and disability are frequently mentioned problems with each other. While poverty is mostly known from its economic and social aspects, disability refers to the state of restriction of individuals with its physical and psychological dimension. Both problems cause each other, and this situation can turn into a vicious circle. The poor are more likely to be disabled due to malnutrition, inability to access health services and heavy work than rich people. In the same way, the risks of poverty are higher for people with disabilities than for people

without disabilities due to their inability to participate adequately in employment, working at low wages, and being exposed to social isolation and social exclusion. The fact that disabled people have been subjected to discrimination, stigmatization and exclusion from society throughout history has given rise to the social model approach and this approach has been more effective in solving the problems of disabled people.

In this study, it was tried to explain the relationship between poverty and disability. In this context, a literature review was conducted, theoretical and applied studies were evaluated, and some statistical reports in the world and Turkey were evaluated. As a result of the study, it was concluded that the relationship between poverty and disability is high, especially in underdeveloped countries. According to the results of 150 disability studies reviewed by Banks et al., the relationship between poverty and disability in low- and middle-income countries was found to be 81% positive. In countries with a good welfare level and adopting a social state understanding, the relationship between the two has weakened due to services for the poor and the disabled. In Turkey, on the other hand, organizations established since the 1960s and especially the increasing assistance and care services provided in the last 20 years have reduced the risk of poverty for disabled people.

Keywords: Poverty, Disability, Employment, Social Model, Social Exclusion

GİRİŞ

Yoksulluk en önemli sosyal sorunlardan birisidir. Engelliler ise yoksullaşma riski en fazla olan dezavantajlı grupların başında gelmektedir. Dezavantajlı gruplar arasında engelliler, kadınlar, yaşlılar, çocuklar, eski hükümlüler, etnik azınlıklar ve göçmenler gibi toplumsal kesimler bulunmaktadır. Bu gruplar sosyo-kültürel, ekonomik ve politik açıdan çeşitli problemlerle karşı karşıya kalmaktadırlar. Dezavantajlı gruplardan biri olan engelliler ise hem çok çeşitli sosyo-ekonomik ve kültürel problemlere maruz kalmakta hem de diğer gruplara nazaran yoksullaşma riskiyle daha fazla yüzleşmektedirler.

Engelliler gerek doğuştan gerekse sonradan oluşan veya ortaya çıkan sakatlık, özur, hastalık gibi nedenler yüzünden toplumsal hayata ve bu hayatta yaşamının zorunlu kıldığı faaliyetlere yeterince katılamamaktadırlar. Klasik anlayışa göre engellilerin problemleri kendilerinden kaynaklanmaktadır. Bu anlayış, engellilerin yaşamlarını iyileştirmeye yönelik atılacak adımların sınırlı kalmasına neden olmuştur. Bu yüzden, engellilerin kendi kaderleriyle baş başa bırakıldığını söylemek mümkündür. Ekonomik yardımlar dışında engellilerin refahını artırabilecek bir durum söz konusu olmamıştır. Modern anlayışa göre ise

engellilerin önündeki engeller kaldırılarak onların normal insanlar gibi yaşamaları, çalışmaları ve sosyal hayata aktif katılmaları sağlanabilir.

21.yüzyılda özellikle sosyal devlet anlayışını benimseyen gelişmiş/gelişmekte olan ülkelerde engelli refahı konusu yaşlı, çocuk, kadın refahı ile birlikte sürekli gündemde olan ve geliştirilen bir konudur. Buna rağmen engelliler günlük yaşamlarında pek çok sorunla karşı karşıya gelmektedirler. Yoksulluk sorunu da bunlardan biridir. Yoksulluk ve engellilik birbiriyle bağlantılı olan iki önemli problemdir. Her iki problem birbiriyle döngüsel bir ilişki içerisinde. Engelliler yoksulluk riskiyle karşı karşıya kaldıkları gibi yoksullar da engellilik durumuyla karşılaşabilmektedir.

Yoksulluğun makro ve mikro nedenleri bulunmaktadır. Yoksulluğun makro nedenlerine baktığımızda, kapitalizm, gelir eşitsizliği, kaynakların adil olmayan bölüşümü, cari açık, döviz kurlarındaki damgalanmalar, enflasyon gibi sorunları görmekteyiz. Yoksulluğun mikro nedenleri arasında ise işsizlik, düşük ücretli ve düzensiz işlerde çalışmak, sağlık sorunları, doğal afetler ve zorunlu göçler, aile parçalanmaları gibi sorunlar bulunmaktadır. Sağlık sorunları arasında yer alan engellilik ciddi bir yoksulluk nedenidir.

Engellilerin yoksul olmalarının birtakım nedenleri bulunmaktadır. Bu nedenlerin başında engellilerin istihdam sorunu bulunmaktadır. Engelliler yeterli düzeyde işgücüne katılamamakta, kendilerine uygun olan işleri bulamamaktadırlar. Engelliler işe alımda ayrımcılığa uğramakta, işverenler tarafından tercih edilmemektedir. Zihinsel engelli bireyler için durum daha da zordur. Onların iş bulma olanakları diğer engellilere nazaran daha da azdır.

Yoksulluk

Tarihin her döneminde görülen yoksulluk sorunu günümüz dünyasının da en önemli sosyo-ekonomik problemlerinden biridir. Yoksulluk sahip olamamak, istediğini alamamak, ihtiyaçları tam olarak karşılayamamak kısacası ekonomik anlamda geçinememek, gelirin olmaması veya yetmemesi olarak tanımlanmaktadır. Yoksulluğun farklı türleri ve boyutları bulunmaktadır. Yoksulluk ölçümleri dikkate alındığında mutlak ve göreceli yoksulluk, yerleşim yeri göz önüne alındığında kırsal ve kentsel yoksulluk ön plana çıkmaktadır. Bunlarla birlikte objektif-subjektif yoksulluk, kadın yoksulluğu, çocuk yoksulluğu, çalışan yoksulluğu, insani yoksulluk gibi yoksulluk türleri de mevcuttur. Bunlardan mutlak ve göreceli yoksulluk ele alındığında, az gelişmiş ülkelerde mutlak yoksulluk ön planda iken gelişmekte olan ve gelişmiş ülkelerde göreceli yoksulluk ön plana çıkmaktadır. Mutlak yoksulluk açıkla eşdeğer olan ve asgari yaşam standardının altında kalmayı ifade eden yoksulluk türüdür. Mutlak yoksulluk sınırı az gelişmiş ülkeler için günlük kişi başı 1 Amerikan doları, Latin

Amerika ve Karayipler bölgesi için 2 dolar, Doğu Avrupa Ülkeleri ve Türkiye için 4 dolar, gelişmiş ülkeler içinse 14,40 Amerikan doları olarak tespit edilmiştir (Gül&Şen 2018: 23).

Az gelişmiş/gelişmekte olan 111 ülkede 1,2 milyar insan (yüzde 19,1) akut ve çok boyutlu yoksulluk içinde yaşamaktadır. Bu insanların yarısını (593 milyon) 18 yaşının altındaki çocuklar oluşturmaktadır. En fazla sayıda yoksul insanın yaşadığı bölge Sahra Altı Afrika'dır (yaklaşık 579 milyon), ardından Güney Asya (385 milyon) gelmektedir. Bunları takiben Latin Amerika ve Karayipler bölgesi gelmektedir. Yoksulların yaklaşık yüzde 83'ü (964 milyon) kırsal kesimde, yüzde 17'si (198 milyon) ise kentsel alanlarda yaşamaktadır (UNDP, 2022: 2-18). Oxford Üniversitesi tarafından 2010 yılında geliştirilen Çok Boyutlu Yoksulluk Endeksine göre yoksulluğu oluşturan 10 kriter belirlenmiştir. Bu kriterler; beslenme, çocuk ölümleri, okulda geçirilen yıl sayısı, okula devam, pişirme yakıtı, sanitasyon, içme suyu, elektrik, konut ve varlıklardır. Yukarıda belirtilen yoksul sayıları bu kriterlerden birkaçı veya tamamına sahip olmayan insanların popülasyonunu göstermektedir (UNDP, 2022: 3).

Türkiye'de ise göreceli yoksulluk olgusuna daha çok rastlanmaktadır. Göreceli yoksulluk asgari yaşam standardının altında kalmaktan ziyade toplumsal standartların altında yaşamayı ifade eden bir kavramdır. Fertlerin veya hane halkının refahtan eşit düzeyde yararlanamadıkları, birçok sosyal ve kültürel ihtiyaçları karşılayacak bir gelire sahip olmamalarını yansıtmaktadır (Benli&Yenihan, 2018: 5-6). TÜİK'in 2022 yılında yaptığı araştırmaya göre Türkiye'de göreceli yoksulluk oranı %14,4'tür. Buna ilaveten hanelerin %59,6'sı evden uzakta bir haftalık tatil masraflarını, %41,5'i iki günde bir et, tavuk ya da balık içeren yemek masrafını, %31,1'i beklenmedik harcamaları, %20,4'ü evin ısıtma ihtiyacını, %65,4'ü eskimiş mobilyaların yenilenmesini ekonomik olarak karşılayamadığını ifade etmişlerdir (<https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Yoksulluk-ve-Yasam-Kosullari-Istatistikleri-2022-49746>).

Mutlak ve göreceli yoksulluk kavramlarının yoksulluğu açıklama konusunda yetersiz kalması nedeniyle insani yoksulluk kavramı ortaya çıkmıştır. Birleşmiş Milletler (BM) tarafından insani gelişme endeksi yayınlanarak yoksulluğun insani boyutuna dikkat çekilmiştir. Bu kavramın üretilmesiyle birlikte sağlık-çocuk sağlığı, eğitim, yaşam süresi birtakım ana kriterler yoksulluk ölçümlerine eklenmiştir (Açıkgöz, 2013: 41).

Engellilik

Engellilik yerine daha önceleri özürlülük kavramı kullanılırken günümüzde engellilik kavramı literatürde daha fazla yer almaktadır. Özürlülük zihinsel

ve/veya bedensel fonksiyonlardaki kayıplar sonucu ortaya çıkan sınırlılıkları/eksiklikleri, bireyin yeteneklerinde ve gücündeki sınırlanmışlık ya da kısıtlanmışlık durumunu ifade ederken engellilik ise bireyin belirli aktiviteleri yerine getirmede ideal-normal kapasitenin dışında kalma durumunu ifade etmektedir (Samav & Sallan Gül, 2021: 20). Bir başka tanıma göre yaralanma veya fiziksel/zihinsel bir rahatsızlık nedeniyle bazı hareketleri, duyuları veya işlevleri kısıtlanan kişi engelli olarak adlandırılmaktadır (Altındağ Kumaş 2020: 19).

Engelliliğin farklı türleri bulunmaktadır. Bunlar; işitme engeli, görme engeli, otizm, duygusal bozukluklar, zihinsel engellilik, fiziksel yetersizlikler, süregelen hastalıklar, öğrenme güçlükleri ve çoklu engellilik olarak sıralanmaktadır (Altındağ Kumaş, 2020: 21-29). Engelliliğin doğum öncesi, doğum sırasında ve doğum sonrasında olmak üzere çeşitli nedenleri bulunmaktadır. Doğumdan önceki engellilik nedenleri arasında akraba evlilikleri, genetik faktörler, gebelik esnasında yaşanan travmalar, annenin alkol ve madde kullanımı, x ışınına maruz kalma ve yanlış ilaç kullanımı veya ilaçların çeşitli yan etkileri ve annenin kötü beslenmesi gibi etmenler bulunmaktadır. Doğum sırasında oluşan engelliliğin nedenleri ise kötü ve yetersiz koşullarda gerçekleştirilen doğumlar, travmalar, yanlış uygulamalardır. Doğum sonrasındaki nedenler ise çeşitli kazalar (iş, ev, trafik ve endüstriyel kazalar), savaşlar, terör olayları, deprem ve benzeri yıkım olayları vb.dir. Bunlara ilaveten çeşitli hastalıklar, yanlış tıbbi müdahaleler, zehirlenmeler, çocuk ihmal ve istismarı gibi nedenler sıralanabilir (Karataş, 2002: 45-46).

Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ)'ne göre engelliliğin üç boyutu vardır:

- Bir kişinin vücut yapısında, işlevinde veya zihinsel işlevinde bozulma(sakatlık); bozulma/sakatlık örnekleri arasında bir uzuv kaybı, görme kaybı veya hafıza kaybı yer alır.
- Görme, duyma, yürüme veya problem çözmede zorluk gibi aktivite kısıtlaması.
- Çalışmak, sosyal ve eğlence faaliyetlerine katılmak ve sağlık ve koruyucu hizmetlerden yararlanmak gibi normal günlük faaliyetlere katılım kısıtlamaları ([https://www.cdc.gov/ncbddd/disabilityandhealth/disability.html#:~:text=What%20is%20disability%3F,around%20them%20\(participation%20restrictions\)](https://www.cdc.gov/ncbddd/disabilityandhealth/disability.html#:~:text=What%20is%20disability%3F,around%20them%20(participation%20restrictions).)).

2010 dünya nüfus tahminlerine göre bir milyardan fazla insanın, yani dünya nüfusunun yaklaşık yüzde 15'inin bir tür engellilik ile yaşadığı tahmin edilmektedir. Bu, DSÖ'nün 1970'lerde yaklaşık yüzde 10 olarak ileri sürmüştüğü önceki tahminlerden daha yüksek bir orandır. Dünya Sağlık Araştırması

ise 15 yaş ve üstünde kişiler arasında engelli bireylerin oranını %15,6 (785 milyon) olarak belirtirken, Küresel Hastalık Yüğü (Global Burden of Disease) çalışması bu oranı %19,2 (975 milyon) olarak tahmin etmektedir. Dünya Sağlık Araştırması bu kişiler arasından 110 milyon kişinin (% 2.2) işlevlerini yerine getirme konusunda çok ciddi zorluklar yaşadığını tahmin etmektedir (DSÖ Engellilik Raporu, 2011: 1-2).

Türkiye’de ise engelli oranları dünya geneliyle kıyaslandığında çok daha düşüktür. Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi’nden elde edilen bilgilere göre Türkiye nüfusu 31 Aralık 2021 tarihi itibarıyla 84 milyon 680 bin 273’dür. Erkek nüfus 42 milyon 428 bin 101 iken, kadın nüfus 42 milyon 252 bin 172’dir. Buna göre toplam nüfusun %50,1’ini erkekler, %49,9’unu ise kadınlar oluşturmaktadır. Ulusal Engelli Veri Sisteminde kayıtlı ve hayatta olan engelli sayısı; 1.414.643’ü erkek, 1.097.307’si kadın olmak üzere 2.511.950’dir (%2,96). Ağır engeli olan kişi sayısı 775.012’dir. Engellilerin %44’ü erkek %56’sı kadındır (Engelli ve Yaşlı İstatistik Bülteni, 2023: 3, 16).

Engelliliği Açıklayan Modeller

Engelliliği açıklayan farklı yaklaşımlar/modeller mevcuttur. Bunlardan öne çıkan modeller; ahlaki model, tıbbi model ve sosyal modeldir. Ahlaki model, engelliliğin sorumluluğunu engelli bireye veya onun ebeveynlerine yüklemektedir. Bu model engelliliğin ahlaki çöküntüden kaynaklandığını, insanın içindeki şeytanın veya ahlaksızlığın dışa vurumu olduğunu ileri sürmektedir (İnan vd. 2013: 724). 1800’lü yıllara gelindiğinde teknolojik gelişmelere bağlı olarak tıp alanındaki ilerlemeler ve insan hakları hareketinin gelişmesiyle birlikte ahlaki model sorgulanmaya başlamış ve medikal modelin temelleri atılmıştır (Attepe Özden, 2020: 34). Tıbbi modelde ise bireyin doğmadan önce, doğum sırasında veya doğum sonrasında yaşadığı birtakım olumsuzluklar sonucu, bedensel veya zihinsel açıdan sorunlar yaşaması ve özür sahibi olması söz konusudur. Bu modele göre engellilik birey merkezlidir. Sosyal model ise engelliliği yalnızca birey merkezli olarak açıklamamakta, aynı zamanda toplumsal yapıya vurgu yapmaktadır. Sosyal model, engelliliğin sadece bedende konumlanmadığını, toplumsal bariyerlerin engelliliği ortaya çıkardığını ileri sürmektedir. Böylelikle sosyal model, tıbbi modelin engelliliği birey merkezli hale getirmesine, engellilerin sadece hasta olarak nitelendirilmesine veya atıl vaziyette görülmesine karşı çıkmıştır (Kahraman Güloğlu, 2022: 293-294).

Sosyal bilimcilerin 1960’lı yıllarda tıbbi modeli eleştirmesi sonucunda yeni bir model olan sosyal model ortaya çıkmıştır. Bu model iyileştirilmesi ve normale döndürülmesi gereken bir bedenden ziyade sosyal engellere odaklanmaktadır.

Zihinsel ve bedensel farklılıkları insan doğasının bir parçası olarak gören sosyal modelde farklılıklar bir zenginlik olarak kabul edilmektedir. Sosyal model savunucuları engelliliğin insan hakları temelinde ele alınması gerektiğini, engelli bireylerin önündeki sosyal ve kurumsal engellerin kaldırılarak ayrımcılığın önlenmesini ve toplumdaki diğer sağlıklı bireyler gibi engellilerin de eşit haklara sahip olması gerektiğini savunmaktadırlar. Ayrıca engellilerin karar alma mekanizmalarında yer alarak kendileriyle ilgili konularda kendilerinin belirleyici olmaları gerektiğini ifade etmektedirler (Samav & Sallan Gül, 2021: 57-60). Bu çalışmada sosyolojik bağlamda ele alınan engellilik ve yoksulluk ilişkisi tam olarak sosyal modele odaklanmaktadır. Engellilerin fiziki özelliklerinden ziyade sosyal açıdan maruz kaldıkları ötekileştirme, damgalama ve dışlama onları daha fazla yoksul hale getirmektedir.

Yoksulluk ve Engellilik İlişkisi

“Yoksulluk ve engelliliğin birleşimi korkunç bir şey. Her ikisi de diğerine neden olabilir ve birlikte varlıkları, engelli insanların hayatlarını mahvetme ve ailelerine çok ezici yükler yükleme konusunda muazzam bir kapasiteye sahiptir.” (Acton akt. Elwan: 1999: 1). Bu ifadelerden yoksulluk ve engelliliğin birbiriyle bağlantılı olduğu ve her ikisinin bir araya gelmesinin engelli bireyler için son derece olumsuz durumlara yol açacağı sonucu çıkarılabilir.

Tarihin her döneminde engellilik bireyler için zorlayıcı bir özelliğe sahip olmuştur. Avcı-toplayıcı dönemden tarım toplumlarına, tarım toplumlarından sanayi toplumlarına kadar engelliler işgücüne yeterince katılamadıkları için toplumdan dışlanmışlar ve yeterli bir gelir ve geçim düzeyine sahip olamamışlardır. Öte yandan engellilerin profesyonel bir sağlık hizmetine ulaşamadıkları ve sorunlarının da bu şekilde arttığı söylenebilir. Rönesans ve aydınlanma ile birlikte önem kazanmaya başlayan akıl ve bilim toplumsal dönüşümü sağlamaya başlamış, bu dönemlerde ortaya çıkan siyasal, ekonomik ve entellektüel gelişmelerle birlikte bireylerin hayatına doktorlar gibi çeşitli uzmanlar girmeye başlamıştır. Bununla birlikte engelli bireyler sanayileşme ile birlikte de bir takım zorluklar yaşamaya başlamışlardır. Sanayileşme döneminde engelli bireyler çalışma hayatının dışına itilmiş ve pek çok alandan dışlanmışlardır. Tarihsel süreç içerisinde değerlendirildiğinde, engelli bireylere yönelik başlangıçtaki yok etme, damgalama ve kurumlara kapatma yaklaşımının var olduğu, sonraları ise tedavi ve eğitim gibi hizmetlerin verilmeye başlandığı görülmektedir. 20. ve 21. yüzyıllarda ise hak temelli bir anlayış ön plana çıkmıştır (Kaldık, 2021: 14-15).

Dünyanın hemen her yerinde engelli bireyler ağırlıklı olarak yoksul kesimlerden gelmekte ve yoksulluk içinde yaşamaktadırlar. Özellikle gelişmekte

olan ülkelerde durum daha da çarpıcı ve dramatiktir. Engelliliğin yoksulluğu doğurmasının en önemli nedeni onların yaşamış oldukları işsizlik ve buna bağlı olarak gelir elde edemeyişleridir. Dolayısıyla engellilerin toplumla bütünleşememelerinin en önemli sebebi yoksulluk ve gelir dağılımı sorunlarıdır. Böylelikle engelliler için yoksulluk kısır döngüye dönüşmektedir (Karataş, 2002: 46). Engelli yoksulların yoksulluk sarmalına girmeleri ve adeta bir yoksulluk kültürü yaşamaları eşitsizliğin bir sonucudur.

1950'lerin sonlarından 1970'lerin sonlarına kadar ABD'de yapılan anketlere göre, engelli ve engelli olmayan kişilerin gelirleri arasında önemli eşitsizlikler bulunmaktadır. Engellilerin ortalama ücret oranları, engelli olmayanların %60'ına tekabül etmekteydi. 1987'de yapılan bir ankette, engelli erkeklerin ortalama maaşı, engelli olmayan erkeklerinkinin sadece %50'si kadardı. Yine aynı yıllarda Birleşik Krallık'ta yapılan araştırmalara göre engelli kişiler engelli olmayan kişilere göre daha az kendi evlerine sahiptir. Ayrıca engelli bireylerin maaşları engelli olmayanlara göre daha düşük, mal varlıkları daha azdı ve birçoğunun engeli olmayanlara göre daha yüksek gelire ihtiyacı vardı (Elwan, 1999: 14).

DSÖ'nün geliştirmekte olan 15 ülkede gerçekleştirdiği Sağlık araştırması verilerine dayalı olarak yapılan çalışmada geliştirmekte olan ülkelerin çoğunda engellilik çok boyutlu yoksullukla önemli ölçüde ilişkilidir. Başka bir deyişle, bir grup olarak, engelli kişiler ortalama olarak, engelli olmayan kişilere göre daha yüksek oranlarda ve daha yüksek şiddette çoklu yoksunluklar yaşamaktadırlar. Bu bulgu, geliştirmekte olan ülkelerde engelliliğin çok boyutlu yoksullukla ilişkili olduğu hipotezini desteklemektedir. Bir diğer bulgu ise, engelli kişiler arasında, 40 yaş ve üstü kişiler ve birden fazla engeli olan kişilerin çok boyutlu olarak yoksul olma olasılığı daha yüksektir. Bireysel düzeyde, çalışmaya dahil edilen ülkelerin çoğunda, engelli kişilerin engeli olmayan kişilere göre daha düşük eğitim düzeyine sahip olduğu ve daha düşük istihdam oranlarına sahip olduğu görülmektedir (Mitra vd. 2011).

Banks ve diğerlerinin yapmış oldukları araştırmada düşük ve orta gelirli ülkelerde engellilik ve yoksulluk ilişkisini araştıran 150 akademik çalışma incelenmiştir. Aşağıdaki tabloda engel türleri, yaş ve coğrafyaya göre yoksulluk ve engellilik ilişkisine ait oranlar görülmektedir:

Tablo 1: Yoksulluk ve Engellilik İlişkisi

Yoksulluk-Engellilik ilişkisi	Pozitif	İlişki yok	Negatif	Belirsiz	Toplam
Genel	81%	16%	2%	1%	150
Engel Türleri					
Duyusal bozukluk	78%	17%	0%	6%	18
Fiziksel bozukluk	80%	15%	5%	0%	20
Bilişsel bozukluk	69%	31%	0%	0%	26
Ruhsal bozukluk	87%	11%	3%	0%	75
Genel engellilik/fonksiyonel sınırlamalar	80%	14%	3%	3%	35
Yaş Grupları					
Çocuklar	78%	15%	0%	7%	27
Yetişkinler	86%	12%	2%	0%	42
Daha yaşlı yetişkinler	69%	27%	4%	0%	49
Bölgeler					
Latin Amerika/Karayipler	60%	30%	10%	0%	60
Doğu Asya/Pasifik	80%	17%	2%	2%	60
Sahra-altı Afrika	51%	44%	4%	0%	68
Güney Asya	79%	19%	2%	0%	42
Orta Doğu/ Kuzey Afrika	87%	7%	7%	0%	15
Avrupa/Orta Asya	36%	64%	0%	0%	14

Kaynak: Banks vd. 2017: 10

150 engellilik araştırmasının sonuçlarına göre yoksulluk ve engellilik arasındaki ilişki %81 oranında pozitif yönde bulunmuştur. Engel türleri arasında ise %87 oranla ruhsal bozukluk öne çıkmaktadır. Engellilik ve yoksulluk arasındaki pozitif ilişki yaşlı yetişkinler için en düşük (%69) ve çalışma çağındaki yetişkinler için en yüksektir (%86). Öte yandan coğrafya bazlı olarak ele alındığında Avrupa/Orta Asya için en düşük (%36), Orta Doğu/ Kuzey Afrika için en yüksektir (Banks vd, 2017, 10-11).

Yoksulluğun Engelliliğe Neden Olması

Yoksul bireyler çeşitli nedenlerden dolayı engelli olabilmektedir. Bu nedenlerin başında yetersiz beslenme gelmektedir. Çeşitli biçimlerdeki yetersiz beslenme doğrudan veya dolaylı olarak engelliliği doğurmaktadır. Ayrıca, çocukların yetersiz beslenmesi ile bozulmuş zihinsel gelişim arasında bağlantılar bulunmakta ve buna bağlı olarak büyük bir engelli nüfusu ortaya çıkmaktadır. Özellikle annelerin yetersiz beslenmesi düşük doğum ağırlıklı bebekler dünyaya getirmelerine neden olmaktadır (Elwan, 1999: 21-22).

Yoksul bireylerin engelli olmasındaki bir diğer önemli faktör sağlıkla ilgili bakımlarını zamanında ve doğru bir biçimde yapamamalarıdır. Yoksul olan bireyler sağlık ile ilgili problemlerini ihmal edebilmekte ve temel hizmetlere ulaşmakta sorun yaşamaktadır. Sağlık sorunlarına erken müdahale edilmemesi, gereken tedavilerin zamanında alınmaması, takiplerin uygun zamanda yapılmaması gibi durumlar sebebiyle hastalıklar ilerleyebilmekte ve engelliliğe dönüşebilmektedir (Uşkun, 2021: 90-91). Yoksulluk içinde yaşayan insanlar, daha yüksek sosyo-ekonomik statüye sahip insanlara göre tıbbi hizmetlere daha az erişime sahiptirler, genel sağlıkları daha kötü olabilir ve yoksullukla birlikte artan sakatlık riskleri bulunmaktadır (Hunt vd. 2021: 2). Elwan'ın belirttiğine göre yoksul ailelerin genellikle yiyecek yetiştirmek için arazileri yoktur ve temel ihtiyaçlarını karşılamak için yeterli gelirleri yoktur, barınma, geçim ve sanitasyon yetersizdir ve sağlık hizmetlerine erişim çok sınırlıdır. Aile üyeleri sıklıkla hastalanır ve bazı hastalıklar potansiyel olarak engellilik doğurma olasılığına sahiptir (Elwan, 1999: 21).

Bir diğer önemli faktör ise yoksul çocukların bir kısmının bilerek sakat bırakılmasıdır. Yeo'nun belirttiğine göre bazı durumlarda, dilenme amacıyla kasıtlı olarak sakatlanırlar (Yeo, 2001: 10). Öte yandan yoksul toplumlarda dünyaya gelen engelli çocuklar çeşitli nedenlerden dolayı yaşayamazlar. Yaşayan çocuklar ise örgün ve yaygın eğitimden dışlanarak büyük bir dezavantaja sahip olmaktadır. Bunun sonucu olarak yaşamın ilerleyen dönemlerinde engellilerin, ayrımcılık, eğitimsizlik, deneyim ve özgüven eksikliği nedeniyle istihdam olanakları kısıtlanmaktadır (Yeo, 2001: 15). Bu noktada engelli yoksulluğunun eğitimsizliğe yol açtığını ve bunun da kronikleşen sorunlar meydana getirdiğini söylemek doğru olacaktır.

Engelliliğin Yoksulluğa Neden Olması

Engelliliğin yoksulluğa yol açabileceği veya yoksulluğu pekiştirebileceği başlıca nedenler üç yönlüdür. Engelli kişiler daha düşük kazanma kapasitesine sahip olabilir, engellilikleri nedeniyle barınma ihtiyaçları olabilir ve bu da ilgili maliyetler yaratabilir ve diğer aile üyelerinin yardımına ve bakımına ihtiyaç duyabilirler. Bunun sonucunda hane halkının genel kazanç kapasitesi azalabilmektedir. Azalan kazanma kapasitesi, yapılan ek masraflar ve bu hanelerin bakım gereksinimleri, engelli üyesi olan ailelerin, engelli üyesi olmayan benzer gelire sahip ailelere göre muhtemelen daha düşük yaşam standartlarına sahip olacağı anlamına gelir. Bu, özellikle resmi refah sistemlerinin ve bakım destek hizmetlerinin ve altyapısının sınırlı olduğu düşük gelirli ülkelerde geçerlidir. Engelli bir üyesi olan aileler, bakım kaynaklarının görece

eksikliğinden dolayı diğer aileler kadar sosyal sermaye sağlayamayabilirler (Hunt vd. 2021: 2).

İstihdam sorununu derinden yaşayan engelli bireyler dünyanın hemen her yerinde sosyo-ekonomik hiyerarşinin alt basamağında bulunmaktadır. Oysaki engellilik çalışmaya engel olan bir durum değildir. Özellikle sonradan engelli olan kişiler eski mesleklerini icra edebilir. Ancak bunun için eğitim ve rehabilitasyon programları gerekmektedir. Bu bağlamda engelli bireyler kariyer ve çalışma hayatı yönünden yasal açıdan desteklenmeye muhtaçtır (Kaldık, 2021: 71-73).

Dünya Sağlık Araştırması'nın sağladığı küresel verilere göre engelli olmayan erkeklerin %65'i istihdam edilirken, engelli erkeklerin %30'u istihdam edilmektedir. Kadınlarda ise durum daha da kötüdür. Engelli olmayan kadınların %30'u istihdam edilirken, engelli kadınların %20'si istihdam edilmektedir. Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD) tarafından yapılan güncel bir araştırmanın sonuçlarına göre de 27 ülkede engelli bireyler işgücü piyasasında dikkate değer olumsuzluklar yaşamakta ve engelli olmayan bireylere nazaran daha ağır sonuçlarla karşılaşmaktadırlar. Yine aynı araştırmanın sonuçlarına göre engelli bireylerin çalışma yaşamının dışında kalma oranı engelli olmayanlara kıyasla 2,5 kat daha yüksektir (DSÖ Engellilik Raporu, 2011: 5).

Türkiye İstatistik Kurumunun (TÜİK) Aralık 2022 verilerine göre ülkemizde işgücüne katılma oranı erkeklerde % 71,9 kadınlarda %36,6 toplamda ise %54,1'dir. TÜİK tarafından Avrupa Birliği (AB) ülkeleri ile eş zamanlı olarak gerçekleştirilen 2011 yılı Nüfus ve Konut Araştırmasına göre en az bir engeli olan nüfusun işgücüne katılma oranı erkeklerde %35,4, kadınlarda %12,5, toplamda ise %22,1'dir (Engelli ve Yaşlı İstatistik Bülteni, 2023: 22). Yapılan bir araştırmaya göre İrlanda'da engelliler istihdama yeterince katılamadıkları için yoksulluk riskiyle karşı karşıyadırlar. Bu yönüyle İrlanda Avrupa Birliği ülkeleri arasında en düşük engelli istihdam oranına sahip olan ülkedir. Engellilerin %82'si hayatları boyunca bir işte çalışma imkânı bulmuşken, %35'i uzun süre işsizlik yaşamaktadır (Karaca & Nam, 2021: 183).

Engelliliğin birtakım güçsüz ve savunmasız nüfuslar üzerinde son derece olumsuz etkiye sahip olduğu ve yoksulluk problemini doğurduğu bilinmektedir. Dünya Sağlık Araştırması sonuçlarına göre, engellilik düşük gelirli ülkelerde yüksek gelirli ülkelere göre daha yaygındır. Aynı zamanda, en yoksul beşte birlik refah diliminde yer alan insanlarda, kadınlarda ve yaşlı insanlarda engellilik daha fazla yaygınlık gösterir. Dünya Sağlık Araştırması'nın 51 ülkeyi kapsayan verilerine göre, sağlık çalışanlarının vasıflarının ihtiyaçlarını gidermede yetersiz kaldığını beyan etme oranı, engellilerde engelsizlerin iki mislinden fazladır. Benzer şekilde engellilerde, tedavisinin kötü yapıldığını beyan etme oranı dört

misli ve kişinin gereksinim duyduğu sağlık hizmetini alamadığını beyan etme oranı yaklaşık üç misli fazladır (DSÖ Engellilik Raporu, 2011: 2-3).

Engellilerin yoksul hale gelmelerindeki en önemli faktörlerden bir diğeri girişimciliğin olmaması veya yetersiz düzeyde kalmasıdır. Engelliler için girişimciliğin önünde birtakım engeller bulunmaktadır. Öncelikle engelliler ve yakınları genellikle düşük ücretli veya kısmi zamanlı işlerde çalıştıkları için iş kurabilmek için yeterli bir sermayeye ulaşmamaktadır. İkinci olarak; engelliler istihdam yerine sosyal yardım almayı tercih etmekte ve bu durum kolay kolay değişmemektedir. Ayrıca engelliler iş buldukları zaman sosyal yardımın kesileceği konusunda endişe duymaktadırlar. Üçüncü olarak; engelliler iş konusunda kendilerine yeterince güven duymamakta veya piyasadan gerekli güveni bulamamaktadırlar. Bu noktada ayrımcılık ve dışlanma gibi unsurlar etkilidir. Dördüncü ve son olarak engelliler yeterli düzeyde eğitim / girişimcilik eğitimi ve staj gibi olanaklardan yeterince yararlanamamaktadırlar (Akbuğa vd. 2017: 573-576).

Yoksulluk, Engellilik ve Sosyal Dışlanma

Genel olarak bir kişinin içinde yaşadığı toplumun temel ekonomik ve sosyal faaliyetlerine katılamaması sosyal dışlanma şeklinde ifade edilmektedir. Avrupa Komisyonu tarafından sosyal ilişkilerin parçalanması ve dolayısıyla sosyal uyumun kaybı olarak tanımlanan sosyal dışlanma; birey ve gruplar için ekonomik yoksunluğa ve çeşitli sosyal ve kültürel dezavantajlara yol açan ilerici bir marjinalleştirme sürecini temsil etmektedir (Chakravarty & D'Ambrosio, 2006: 377).

“Sosyal dışlanma” kavramı görece yakın bir tarihe sahiptir. Yaklaşık çeyrek asır önce yazan René Lenoir, ifadenin yazarı olarak kabul edilmektedir. Bununla birlikte bu kavram özellikle yoksulluk literatüründe önemli bir yer edinmiş ve kullanımı oldukça yaygınlaşmıştır. René Lenoir, zihinsel ve fiziksel engelliler, intihara meyilli insanlar, yaşlı sakatlar, istismara uğramış çocuklar, madde bağımlıları, suçlular, bekar ebeveynler, çok problemlili haneler, marjinal, asosyal kişiler ve diğer “sosyal uyumsuzlar”ın Fransız nüfusunun "dışlanmış" - onda birini - oluşturduğunu söylemiştir. Daha sonra literatüre yeni sosyal dışlanma kriterleri eklenmiştir. Bunlar; geçim kaynağı, güvenli ve kalıcı istihdam, kazanç, mülk, kredi, arazi, konut, asgari tüketim seviyesi, eğitim, beceriler ve kültürel sermaye, refah devleti, vatandaşlık ve yasal eşitlik, demokratik katılım, kamu malları, ulus veya baskın ırk, aile ve sosyallik, insanlık, saygı, tatmin ve anlayış (Sen, 2000: 1).

White’ın belirttiğine göre sosyal dışlanmanın dört boyutu vardır. Birincisi, yasal yaptırımlar veya diğer kurumsal mekanizmalar yoluyla sivil toplumdan

sosyal olarak dışlanmadır. Bu kavram, ırk, etnik köken, cinsiyet, göçmenlik engellilik, cinsel yönelim ve dine dayalı ayrımcılık biçimleri yoluyla yaratılan ekonomik ve sosyal izolasyon nedeniyle sivil toplumdan ve siyasal katılımdan önemli ölçüde kopukluğa işaret etmektedir. İkinci olarak, sosyal dışlanma, belirli grupların barınma ve gelir güvenliği gibi ihtiyaçlarının karşılanamaması anlamına gelir. Üçüncüsü, sosyal üretimden dışlanmadır. Toplumun tüm vatandaşlarına sosyal ve kültürel faaliyetlerine aktif olarak katılma veya katkıda bulunma fırsatının vermemesidir. Dördüncü yön, sosyal tüketimden ekonomik olarak dışlanmadır. Bu da normal geçim ve ekonomi biçimlerine eşit olmayan bir erişim, eşit olmayan bir gelir ve sosyal eşitsizliktir (White akt. Galabuzi, 2016: 390).

Toplumun engellilere bakışı döneme ve kültürel yapıya göre farklılık göstermektedir. Engelliler her zaman toplumun acıma duyduğu dezavantajlı kişiler olmamışlardır. Örneğin Nazi Almanyasında engelliler, eşcinseller, sosyalistler ve Yahudiler ile birlikte çalışma kamplarına gönderilmişlerdir. Bu kamplarda ise çalışma kapasitesine sahip olmayan engelliler diğer gruplardan ayırıştırılarak ölüme gönderilmişlerdir. Kapitalizmle birlikte insan emeği kaçınılmaz bir biçimde piyasa nesnesi haline gelmiştir. İnsanların çoğu emeklerini satmak suretiyle hayatlarını idame ettirmektedirler. Endüstriyel kapitalizm ise bedensel ve ruhsal engeli bulunan kimseleri dışlayıcı bir yapıya sahiptir. Hızlı ve standart üretime önem veren fordizm ile birlikte şekillenen kapitalizmin çalışma prensipleri, engellileri istihdamın dışında kalmaya itmiştir. İstihdamın dışında kalan engelliler aynı zamanda kapitalist şehirlerde ve bağlı mekânlarda toplumsallığın dışında kalmışlardır (Yılmaz, 2016: 328-330). Yapılan bir başka çalışmada toplum tarafından engellilere aşırı korumacı bir şekilde davranıldığı, çocuk yerine konuldukları, yeteneklerinin küçümsendiği ve tuhaf sayıldıkları bulgularına ulaşılmıştır (Karaca & Nam, 2021: 184). Bu şekilde önemsenmeyen ve küçük görülen engellilerin kapasite yoksunluğu yaşamaları kaçınılmazdır.

TÜİK'in yapmış olduğu araştırmaya göre Türkiye'de yoksulluk veya sosyal dışlanma riski altında bulunanların oranı %32,6'dır. Bu oran genç yaş grubunda (0-17) %42,7, orta yaş grubunda %30,2, yaşlı grupta ise %20,5'tir. Kadınlar ise erkeklerden %4,4 daha fazla yoksulluk veya sosyal dışlanma riskiyle karşı karşıyadır. Kadınlarda yoksulluk ve sosyal dışlanma riski 0-17 yaş grubunda %43,5, 18-64 yaş grubunda %33,4, 65 üzeri yaş grubunda 21,8 ve toplamda %34,8'dir. Erkeklerde ise 0-17 yaş grubunda %41,9, 18-64 yaş grubunda %27, 65 üzeri yaş grubunda %18,7 ve toplamda %30,4'tür. Bu sonuçlara bakarak sosyal dışlanma riski altında bulunanların önemli bir kısmının engellilerden oluştuğu dikkate alınırsa engellilerin daha fazla yoksulluğa maruz kalacakları

öngörülebilir. Bu bakımdan Türkiye’de halihazırda yoksulluk oranı %14,4 iken sosyal dışlanma durumu yaşayan bireylerin yoksulluk ve sosyal dışlanma ihtimalinin %32,6 olması dezavantajlı bir grup olan engellileri de kapsamaktadır (<https://data.tuik.gov.tr/Bulten/DownloadIstatistikselTablo?p=6HnAhqR2PP4wYvvj82GHakk8SMZbyq4SE17UnTM18IbwIEIp3dUbXIzR1FKGoMxk>).

Engelli bireyler toplumda ve hizmet aldıkları kurumlarda çeşitli ayrımcılık türlerine maruz kalmaktadır. Öte yandan pek çok engelli damgalama ve ayrımcılığa maruz kalmamak için yaşadıkları problemleri gizlemektedir. Sabancı Vakfı tarafından yapılan bir araştırmaya göre Türk halkının %70’i engelli bir komşusunun olmasını istememekte, %57’si ise engellilerin ayrı okullarda eğitim görmesini istemektedir. Bir başka araştırmaya göre de engellilerin %56’sı istihdam alanında, %51’i eğitim alanında, %39’u sağlık alanında, %40’ı adalet erişimde ve %51’i ise toplumsal yaşama katılım konusunda ayrımcılık yaşadıklarını ifade etmişlerdir (Utku, 2020: 72-73).

Engelli Yoksulluğu İle Mücadele

Dünyanın hemen her yerinde engelliler dezavantajlı bir grup olarak daha fazla yoksulluk riskiyle karşı karşıya kalmışlardır. Bu bağlamda insan hakları temelinde ele alınmaya başlanan engellilik ve yoksulluk risklerine karşı gelişmiş ülkeler birtakım tedbirler almaktadır. Özellikle bu konuda öne çıkan Avrupa Birliği ülkeleri çeşitli sosyal politikalar aracılığıyla engellileri istihdama kazandırmakta, kentleri onlar için daha yaşanabilir hale getirmekte, sosyal aktivitelere katılma konusunda onları teşvik etmekte ve çeşitli sosyal yardım programlarına onları dahil etmektedirler. Bu bağlamda her ne kadar engelliler için ideal bir düzen kurulmasa da engelli bireyler geçmişe nazaran daha müreffeh bir hayat sürmektedirler. Örneğin İngiltere’de 1960’lı yıllardan itibaren engellilere yönelik ayrımcılık konusu dikkat çekmeye başlamış, 1996 yılında Kurumsal Bakım Yasasının çıkmasıyla birlikte emeklilik yaşının altındaki engelli bireylere doğrudan ödeme yapılması kararlaştırılmıştır. 2000’li yıllardan itibaren engelliler için yaş sınırı kaldırılarak evde bakım uygulaması, bakım parası ve bakım sigortası gibi hizmetler gerçekleştirilmeye başlanmıştır (Aslantürk, 2000: 178-179). Engellilere yönelik olarak İngiltere’dekine benzer uygulamaları Norveç, Hollanda, İsveç, İtalya, Fransa, Almanya, Avustralya, ABD gibi ülkeler de gerçekleştirmektedir. Az gelişmiş ülkelerde ise engelliler bu imkânlardan pek fazla yararlanamamaktadır. Bununla birlikte gelişmiş ülkeleri takip eden ya da refah seviyesi belli bir düzeye ulaşmış ülkelerde de engellilere yönelik birtakım iyileştirmeler söz konusudur. Bu ülkelerden biri olan ve Gayri Safi Yurtiçi Hasıla (GSYİH) sıralamasında dünyada 19. sırada yer alan Türkiye’de de engelliler

çeşitli olanaklardan yararlanmakta ve bu olanaklar her geçen yıl daha iyi bir düzeye ulaşmaktadır.

Türkiye’de engelli ve yaşlılara yönelik hizmetleri gerçekleştirmek üzere 225 sayılı kanun ile 1963 yılında Sağlık ve Sosyal Yardım Bakanlığına bağlı olarak Sosyal Hizmetler Genel Müdürlüğü kurulmuştur. 1983 yılında ise bu kurum yerini 2828 sayılı yasa ile Sosyal Hizmetler ve Çocuk Esirgeme Kurumu (SHÇEK) Genel Müdürlüğüne bırakmıştır. 1997 yılına gelindiğinde bu defa Özürlüler İdaresi Başkanlığı (ÖZİDA) kurulmuştur. Engellilere yönelik olarak problemlerin tespiti, çözüm yollarının geliştirilmesi, kurumlar arası koordinasyon sağlanması ve politika geliştirilmesi gibi misyonları üstlenmiştir. 2011 yılı itibariyle de Aile ve Sosyal Politikalar bünyesindeki Yaşlı Bakım Hizmetleri Daire Başkanlığı Genel Müdürlüğü çatısı altında yeniden örgütlenmiştir. (<https://www.aile.gov.tr/eyhgm/genel-mudurluk/kurum-hakkinda/>) Günümüzde ise Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı Engelli ve Yaşlı Hizmetleri Genel Müdürlüğü tarafından engellilere yönelik çeşitli hizmetler ve faaliyetler gerçekleştirilmektedir.

Engellilere yönelik olarak yapılan yardımlar ele alındığında ilk sırada 2022 sayılı kanun kapsamındaki aylıklar yer almaktadır. Bu aylıklar arasında engellilere yönelik olarak %40-69 arası engelli aylığı, % 70 ve üzeri engelli aylığı, 18 yaş altı engelli yakını aylığı bulunmaktadır. İkinci sırada evde bakım aylığı yer almaktadır. Evde bakım aylığı, bakıma ihtiyacı olan engellilere, engellinin bakımına destek amacıyla verilen sosyal yardımdır. Sağlık kurulu raporuna göre engel oranı en az %50 olan ve bu raporda “ağır engelli” ibaresi bulunan engelli bireyler kendisine bakacak bir yakını bulması durumunda bu aylıktan yararlanabilmektedir. Üçüncü sırada ise diğer sosyal yardımlar ve sağlanan indirimler yer almaktadır. Aşağıdaki tabloda engellilere sağlanan yardımlar, muafiyetler ve indirimler yer almaktadır:

Tablo 2: Engellilere Yapılan Yardımlar ve Sağlanan İndirimler

Engellilere Verilen Aylıklar	%40-69 arası engelli aylığı
	%70 ve üzeri engelli aylığı
	18 yaş altı engelli yakını aylığı
Engelliler İçin Vergi İndirimleri ve Muafiyetleri	Gelir vergisinde engelli indirimi
	Araç alımında ÖTV muafiyeti
	Özel araç ve gereçlerde KDV muafiyeti
	Motorlu taşıtlarda MTV muafiyeti
	Konutlarda emlak vergisi muafiyeti
	Kronik hastalığı bulunan engellilere elektrik indirimi
	İthal edilen araç ve gereçlerde gümrük vergisi muafiyeti
Engelliler İçin Kamu Kurumları Tarafından Sağlanan İndirim ve Haklar	Engelli kimlik kartı hakkı
	Belediye engelli indirimleri
	Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Vakfı engelli yardımları
	Türkiye Cumhuriyeti Devlet Demir Yolları engelli indirimi
	Kredi Yurtlar Kurumu (KYK) Engelli Hakları
	Devlet Tiyatroları Engelli İndirimi
	Müze ve Ören Yerlerine Girişte Engelli İndirimi
	Milli Parklar, Tabiatı Koruma Alanları Ve Tabiat Parklarına Girişte Engelli İndirimi
Engellilerin İstihdamına Yönelik Haklar	Devlet Personel Başkanlığı engelli memur alımları
	Özel sektör ve devlet kurumlarına engelli personel alımları
Engellilerin Eğitimine Yönelik Haklar	Özel eğitim hakkı
	Özel eğitime gereksinim duyan öğrencilerin okullara ücretsiz taşınması
	MEB ve ÖSYM sınavlarında engelliler için sağlanan kolaylıklar
Engelliler İçin Özel Şirketler Tarafından Sağlanan İndirim ve Haklar	Şehirlerarası otobüs şirketlerinde engelli indirimi
	THY engelli indirimi
Telekomünikasyon Engelli İndirimleri	Türk Telekom engelli indirimi (sosyal tarife)
	İnternet tarifeleri engelli indirimleri

Kaynak 1: <https://www.aile.gov.tr/sss/>Kaynak 2: <https://www.downturkiye.org/icerik/153-engelliler-icin-saglanan-maddi-ve-sosyal-yardimlar>

Tüm bu hizmetler, yardım ve muafiyetlerle birlikte ülkemizde engelliler için refah seviyesi artmış, yoksulluk riski daha da azalmıştır. Özellikle 2000’li yıllarla birlikte günümüzde sosyal yardım ve bakım hizmetleri geçmişe nazaran kat be kat artmıştır. Resmi bakım ve rehabilitasyon merkezlerinden hizmet alan engelli

birey sayısı 2002 yılında 1.843 iken 2023 yılı Ocak ayında bu sayı 7.055'e ulaşmıştır. Evde bakım yardımından yararlanan kişi sayısı 2007 yılında 28.583 iken bu sayı yaklaşık 19,7 kat artarak 2023 yılı Ocak ayı itibarıyla 564.727'ye ulaşmıştır (Engelli ve Yaşlı İstatistik Bülteni, 2023: 46, 53). Bununla birlikte engelli bireylerin işsizlik ve düşük ücretler nedeniyle yeterli bir gelire sahip olmamaları, enflasyonun yüksek olması ve bazı yardımların hane bazlı gelir ve varlık durumu dikkate alınarak belli şartlar altında verilmesi nedeniyle engelliler için yoksulluk riski tam olarak ortadan kalkmış değildir.

SONUÇ ve ÖNERİLER

Yoksulluk ve engellilik ilişkisi döngüsel bir yapıya sahiptir. Engelli bireyler yoksulluk riskiyle karşı karşıya kalırken, yoksul bireylerin de engellilik riski varsıllara oranla daha fazladır. Engelli bireylerin yoksul olmalarının temel nedeni işsizliktir. Dünyanın hemen her yerinde çalışma yaşamında engelli olmayan bireyler daha fazla istihdam edilmektedir. Ayrıca engelli yaşamın maliyeti de engelli olmayanlara göre daha yüksektir. Öte yandan engelli bireylerin toplumdan dışlanması özgüvenlerinin azalmasına, önceden yaptıkları işi yapamamalarına ve öğrenilmiş çaresizlik duygusu içerisinde mesleklerinin körelmesine yol açmaktadır.

Yoksul bireylerin engelli olmaları ise yetersiz beslenmelerine, sağlık hizmetlerine yeterince ulaşamamalarına, yanlış sağlık uygulamalarına maruz kalmalarına bağlıdır. Yoksulların ağır işlerde çalışmaları, emeklerinin daha kolay sömürülmesi gibi faktörler engelliliği doğurabilmektedir. Bu işlerde çalışan yoksullar daha erken yıpranmakta, kronik hastalıklara yakalanmakta ve iş kazaları nedeniyle kalıcı sakatlıklar yaşamaktadırlar.

Gelişmişlik düzeyi yüksek olan ülkelerde yoksulluk sorunu daha az olduğundan engellilerin oranı da daha azdır. Öte yandan sosyal devlet anlayışı engellilerin mağduriyetlerini gidermekte onlara çeşitli hizmetler sunarak mutlak yoksulluğa maruz kalmalarını önlemektedir. Gelişmiş ülkelerde engelliler pek çok sosyal yardımdan yararlanmakta, kamu hizmetlerinde öncelik almakta ve çeşitli vergi indirimlerinden yararlanmaktadırlar. Bu bağlamda engellilik durumlarını daha az hissetmektedirler. Ancak yine de engelli olmayan bireylerle kıyaslandığında dezavantajlı durumları tamamen ortadan kalkmış değildir.

Engelli bireylerin yoksul olmamaları için atılması gereken birtakım adımlar vardır. Öncelikle engellilerin eğitim olanaklarından yeterince yararlanmaları sağlanmalıdır. Eğitime ulaşan engelli bireylerin meslek edinme ve istihdam edilme olasılığı artacaktır. Bu noktada engellilere yönelik olarak uygulanacak politikalar son derece önemlidir. İkinci olarak engelli bireylerin çalışmalarını kolaylaştıracak biçimde fiziki donanımların artırılması gerekmektedir. Son

olarak tüm engellilerin yoksul olmamaları için sosyal devlet anlayışı çerçevesinde sosyal yardım, sosyal güvenlik ve sosyal hizmet unsurları güçlendirilmelidir (Arısoy, 2021: 143). Yoksul bireylerin engelli olmamaları için sağlık hizmetlerine daha iyi ulaşmaları sağlanmalı, sağlıklı ve yeterli beslenmeleri için gıda yardımları yapılmalı, sosyal dışlanmanın önüne geçebilecek politikalar üretilmelidir.

Kaynakça

1. Açıkgöz, R. (2013), *Yoksullukla Mücadele ve Üçüncü Sektör*, Ankara: Argonot Yayınevi
2. Akbuğa, E., Eliöz, M., Tekin, A., Çebi, M. (2017). Engelli Bireylerin Yoksulluk İle Mücadelesinde Girişimcilik ve Girişimciliğin Önündeki Engeller, *Kesit Akademi Dergisi* , (10), 570-585.
3. Altındağ Kumaş, Ö. (2020). “Engellilik Kavramı” *Engellilik Alanında Sosyal Hizmet Kuram ve Uygulamaları* (ed. M. Tekindal, S. Attepe Özden), Nobel Akademik Yayıncılık, s.19-32
4. Arısoy, A. (2021). Yoksulluk Kıskaçındaki Dezavantajlı Grupların Sosyal Dışlanma Bağlamında Değerlendirilmesi, *Dezavantajlı Gruplar ve Sosyal Dışlanma* (Ed. A. Arısoy), Bursa: Ekin Yayınevi, s.125-152
5. Aslantürk, H. (2020). Dünyada ve Türkiye’de Engelli Bakım Modelleri *Engellilik Alanında Sosyal Hizmet Kuram ve Uygulamaları* (ed. M. Tekindal, S. Attepe Özden), Nobel Akademik Yayıncılık, s.71-84
6. Attepe Özden, S. (2020). Engellilik İle İlgili Modeller, *Engellilik Alanında Sosyal Hizmet Kuram ve Uygulamaları* (ed. M. Tekindal, S. Attepe Özden), Nobel Akademik Yayıncılık, s.33-42
7. Banks, L.M., Kuper, H., Polack S. (2017). Poverty and disability in low-and middleincome countries: A systematic review, *PLoS ONE* 12(12),
8. Benli A., Yenihan B. (2018). Yoksulluğun Kavramsal Çerçevesi, *Yoksulluk Farklı Boyutlarıyla*, Bursa: Dora Basım Yayın Dağıtım, s.1-14
9. Chakravarty, S.R., D’Ambrosio C. (2006). The Measurement Of Social Exclusion, *Review of Income and Wealth*, Series 52, Number 3, September, s.361-390
10. DSÖ Engellilik Raporu, (2011).
<https://documents1.worldbank.org/curated/en/540061468336031909/pdf/627830TURKISH00YA0ENGELLILIK0RAPORU.pdf> Erişim Tarihi: 25.06.2023
11. Elwan, A. (1999). Poverty and Disability: A Survey of the Literature, *Social Protection Discussion Paper*, Washington DC: World Bank
12. Engelli ve Yaşlı İstatistik Bülteni (2023). T.C. Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı, Engelli ve Yaşlı Hizmetleri Genel Müdürlüğü, Ocak-2023 Bülteni
13. Galabuzi, G.E. (2016). Social Exclusion, *Social Determinant Of Health Canadian Perspectives*, Third Edition (Ed. D. Raphael), Canadian Scholar Press Inc. Toronto s.388-418

14. Gül, H., Şen, B. (2018). Yoksulluk: Tanım, Olgu ve Yaklaşımlar, *Yoksulluk ve Sosyal Hizmet* (Ed. B. Şen & M. Ö. Taşkesen), Konya: Eğitim Yayınevi, s.11-29
15. <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/DownloadIstatistikselTablo?p=6HnAhqR2PP4wYvvj82GHakk8SMZbyq4SE17UnTM18IbwlEIp3dUbXIzR1FKGoMxk>, Erişim Tarihi: 23.06.2023
16. <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Yoksulluk-ve-Yasam-Kosullari-Istatistikleri-2022-49746>, Erişim Tarihi: 01.07.2023
17. <https://www.aile.gov.tr/eyhgm/genel-mudurluk/kurum-hakkinda/>, Erişim Tarihi: 14.07.2023
18. <https://www.aile.gov.tr/sss/>, Erişim Tarihi: 07.07.2023
19. [https://www.cdc.gov/ncbddd/disabilityandhealth/disability.html#:~:text=What%20is%20disability%3F,around%20them%20\(participation%20restrictions](https://www.cdc.gov/ncbddd/disabilityandhealth/disability.html#:~:text=What%20is%20disability%3F,around%20them%20(participation%20restrictions), Erişim Tarihi: 23.05.2023
20. <https://www.downturkiye.org/icerik/153-engelliler-icin-saglanan-maddi-ve-sosyal-yardimlar>, Erişim Tarihi: 02.07.2023
21. Hunt, X., Laurenzi, C., Skeen, S., Swartz, L., Sundin, P., Weiss, R.E. et al., (2021). Family disability, poverty and parenting stress: Analysis of a cross-sectional study in Kenya, *African Journal of Disability* 10(0), a744
22. İnan S., Ceyhun Peker G., Tekiner S., Ak F., Dağlı Z. (2013). Engellilik, Türkiye’de Engellilerin Durumu ve Sağlık Hizmet Sunumuna Bir Bakış, *TAF Preventive Medicine Bulletin*, 12(6), s. 723-728
23. Kahraman Güloğlu, F. (2022). Engellilik Hakkında Kavramsal Karmaşanın Nedenleri Ve Türkiye’deki Durum, *Toplum ve Sosyal Hizmet*, 33(1), 291-315.
24. Kaldık, B. (2021). *Engellilik, Sosyal Dışlanma ve Başa Çıkma Stratejileri*, Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
25. Karaca, Z., E., Nam, D. (2021). Kronik Bir Sosyal Sorun: Engellilere Yönelik Ayrımcılık, *Bilgi Sosyal Bilimler Dergisi*, 23 (1): 167-194
26. Karataş, K. (2002). Engellilerin Toplumla Bütünleşme Sorunları: Bir Sosyal Politika Yaklaşımı, *Ufuk Ötesi Bilim Dergisi*, Cilt 2, Sayı 2, s.43–55
27. Mitra S., Posarac, A. and Vick B. (2011). Disability And Poverty In Developing Countries: A Snapshot From The World Health Survey, SP Discussion Paper No. 1109, The World Bank
28. Samav, F.D., Sallan Gül, S. (2021). *Sakatlığın Değişen Yüzü ve Engellilik Sosyolojisi*, İstanbul: Bağlam Yayıncılık

29. Sen A. (2000). *Social Exclusion: Concept, Application, And Scrutiny*, Social Development Papers No. 1 Published by Asian Development Bank, Philippines
30. UNDP (2022). Global Multidimensional Poverty Index, “Unpacking Deprivation Bundles To Reduce Multidimensional Poverty” Oxford Poverty and Human Development Initiative, <http://hdr.undp.org> and <https://ophi.org.uk/multidimensional-poverty-index/>, Erişim Tarihi: 03.06.2023
31. Uskun, E. (2021). Engelli Birey Olmak ve Sosyal Dışlanma, *Dezavantajlı Gruplar ve Sosyal Dışlanma* (Ed. A. Arısoy), Bursa: Ekin Yayınevi s.73-104
32. Utku M. B. (2020). Engellilik Sorunları ve Çözümler, *Engellilik Alanında Sosyal Hizmet Kuram ve Uygulamaları* (ed. M. Tekindal, S. Attepe Özden), Nobel Akademik Yayıncılık, s.71-84
33. Yeo, R. (2001). Chronic Poverty and Disability, Chronic Poverty Research Centre Working Paper No. 4, ss. 1-34.
34. Yılmaz V. (2016). Engellilik Üzerinden Eşitliği Yeniden Hayal Etmek: Bütünsel ve İlişkisel Bir Eşitlik Anlayışına Doğru, *Sosyal Hizmet ve Öteki* (Haz. P. Akkuş, Ö.B. Aktükün), İstanbul: Bağlam Yayıncılık, s.327-338

74. Bölüm

Klasik Türk Şiirinde Kale Metaforu

Özlem ERCAN¹

¹ Prof. Dr.; Bursa Uludağ Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, Türk Dili ve Edebiyatı Bölümü.
ozlemercan@uludag.edu.tr ORCID No: 0000-0002-0767-004

ÖZET

Tarihin en eski dönemlerinden beri insan, canını ve malını korumak amacıyla surların içine saklanmak suretiyle kaleler inşa etmiştir. Kale; yüksek surları, sağlam duvarları ile düşmandan korunmak için en uygun yapılardan olduğu için pek çok çetin savaşa ve fetihlere de sahne olmuştur.

Edebî eserlerin metaforlarla örüldüğü yadsınamaz bir gerçektir. Yeni anlamlara doğru genişleme imkânı tanıyan metaforlar, klasik şairin sıklıkla başvurduğu unsurlardan biridir. Değişik temalar üzerinde metaforlar oluşturmayı başaran şair; zihinde yarattığı çağrışımlarla metaforlar yaratmaya elverişli bulduğu kale temasını, tarihî konumuyla işlemek dışında bazen beşerî bazen ilahi aşk çerçevesinde, metaforlar dünyasına dâhil eder.

Yazıda çeşitli yüzyıllardan divanlar taranarak, kale ve kale ile ilgili unsurları içeren beyitler ışığında âşık ve sevgili temelinde kale metaforunun nasıl kullanıldığı tespit edilmeye çalışıldı. Bâr (kale duvarı), bârû (kale duvarı), burç (kale burcu), handak / hendek (kale çukuru), hisâr (kale), hısn (kale), kılâ' (kaleler), sûr (kale duvarı) gibi kelimeler çerçevesinde kaleyle ilgili tasavvurların soyut kelimelerin somutlaştırıldığı tamlamalarla oluşturulduğu saptandı. Genellikle aşkın yaşattığı sıkıntılara vurgu yapılan beyitlerde ise ayrılık, emel, gam, dert, bela, aşk, gönül, hayret, can, sevgi, güzellik, rahatlık, sabır, doğruluk, düşünce, iyilik, akıl, din gibi soyut kavramlarla tamlamalar yapıldığı görüldü. Bazı beyitlerde kalelerin yapıldığı malzemelerden hareketle yine aşkın çetin hâllerine işaret edildiği tespit edildi. Kasidelerde ise gerçek anlamının dışında memduhun yiğitlik, cömertlik ve fetihlerine ilişkin gücünü vurgulamak için kale metaforundan faydalandığı görüldü.

Anahtar Sözcükler: Klasik Türk Şiiri, metafor, kale, sevgili, âşık.

ABSTRACT

Since the earliest periods of history, people have built castles by hiding inside the walls in order to protect their lives and property. Castle: since it is one of the most suitable structures to be protected from the enemy with its high walls and solid walls, it has also been the scene of many tough wars and conquests.

It is an undeniable fact that literary works are woven with metaphors. Metaphors, which provide the opportunity to expand towards new meanings, are one of the elements that the classical poet frequently refers to. The poet, who managed to create metaphors on different themes; apart from processing the castle theme, which he finds suitable for creating metaphors with the connotations it creates in his mind, with its historical position, he includes it in the world of metaphors, sometimes within the framework of human and sometimes divine love.

In the article, divans from various centuries were scanned and it was tried to determine how the castle metaphor was used on the basis of lover and beloved in the light of couplets containing castle and castle-related elements. Within the framework of words such as bar (castle wall), baru (castle wall), burc (castle tower), handak / hendek (castle pit), hisar (castle), hısn (castle), kılâ' (castles), sur (castle wall) It was determined that the imaginations about the castle were formed with phrases in which abstract words were embodied. In the couplets, which usually emphasize the troubles of love, it has been seen that phrases are made with abstract concepts such as separation, ambition, sorrow, trouble, love, heart, wonder, soul, love, beauty, comfort, patience, truth, thought, goodness, reason, religion. In some couplets, it was determined that the difficult situations of love were also pointed out, based on the materials from which the castles were made. In the odes, on the other hand, it was seen that the metaphor of the castle was used to emphasize the power of the deceased in terms of bravery, generosity and conquests, apart from its real meaning.

Keywords: Classical Turkish Poetry, metaphor, castle, beloved, lover.

GİRİŞ

Kale ve kaleyle ilgili kelimelerin klasik Türk şiirinde yer etme sebeplerinin başında Türklerin yaşam tarzları ve medeniyetleri içinde yer eden savaşçı kişiliklerinin etkisi olmalıdır. Aynı zamanda bu kelime, taşıdığı gerçek anlamın yanında mecazî anlamlara ve tamlama oluşturduğu diğer sözcüklerle kurduğu ilişkiler neticesinde soyut-somut bağının oluşmasına da imkân sağlamaktadır.

Kale ve kaleyle ilgili unsurlar, gücü, sağlamlığı, yapıldığı malzeme bakımından değişik benzetmelere konu olur. Bâr (kale duvarı), bârû (kale duvarı), burç (kale burcu), handak / hendek (kale çukuru), hisâr (kale), hısn (kale), kılâ' (kaleler), sûr (kale duvarı) gibi kelimeler çerçevesinde beyitlerde yer eden kale; soyut kelimelerin somutlaştırıldığı tamlamalarda da kullanılır. Kalenin temsil ettiği sağlamlık, yıkılmazlık ve çetinlik anlamlarının yüklendiği ayrılık, emel, gam, dert, bela, aşk, gönül, hayret, can, sevgi, güzellik, rahatlık, sabır, doğruluk, düşünce, iyilik, akıl, din gibi soyut kavramlarla oluşturulan tamlamalar şunlardır: kal'a-i hicrân, kal'a-i tûl-i emel, kal'a-kûb-ı gam-ı aşk, kal'a-i derd ü belâ, kal'a-i derd ü gam, kal'a-i aşk, hısn-ı ışk, bârû-yı şehr-i ışk, ışk hisârın, dil kal'asın, gönül kal'ası, kal'a-i dil, gönlüm hisârın, burc-ı dil, hisâr-ı hayret, kal'asın cânun, mahabbet kal'asın, kal'a-i hüsn, burc-ı melâhat hisârı, mülk-i melâhat hisârı, şehr-i melâhat hisârı, kal'a-i ârâm u hısn-ı sabr, hisâr-ı istikâmet, kılâ'-i endişe, kal'a-i himmet, hisâr-ı akl, hisâr-ı künfekân, kal'a-i dîn, zühd-barû, kal'a-i çarh, kal'a-i gerdûn, evc-i kulle-i gerdûn.

Bazı somut varlıklar da aralarında kurulan teşbih ilgisi sebebiyle kale ile özdeşleştirilmiştir: kal'a-i ten, varlığının kal'ası, vücûdun kal'ası, kal'a-i cism, kal'a-i vücûd, hisâr-i beden, burc-ı bezm, şehir-bend-i dehr, şehir-bend-i âlem, hısn-ı işret.

Kale ve kale anlamına gelen kelimeler ile kurulan sıfat tamlamaları da onun sağlamlık yönüne işaret ederken bazı terkiplerde kalenin yapıldığı somut ya da soyut malzemelere de işaret edilir: hısn-ı hasîn, muhkem hisâr, kal'a-i pûlâd, seng-i melâmet, hazân bergi, bedenlerle hisâr, âhenîn hisâr, demürden bir hisâr, kal'a-i pûlâd-ı yah, kal'a-i yeh, kayadan hisâr.

Yazıda yukarıda söz konusu edilen mecazî kullanımlar ele alınıp “kale” ile ilgili geliştirilen metaforlar, çeşitli yüzyıllara ait divanlardan alınan örnek beyitler eşliğinde tespit edildi.

Aşk

Hemen her devirde edebiyat eserlerinin başlıca konusu olan aşk, doğal olarak bulunulan toplumun özellikleri ve devrin dünya görüşü çerçevesinde farklı bakış açılarını doğurmuştur. Klasik şiirin yaşadığı devirlerde çevresinde olup biten hemen bütün olaylara aşk çerçevesinden bakan şair, ister cismanî ister ilahî bir aşka kapılsın yaşadığı duygular aynıdır. Ayrılık, keder, üzüntü, acı ve belanın sadece âşığı tesiri altına aldığı anlarda zaman zaman bu duygulardan ya da sevgilinin ona yaşatacağı eziyetlerden sakınma ihtiyacı duyan âşık; sığınacak bir yer arar. İşte, orası aşk kalesidir. Gerçekten de güçlü yapısı ile kale ve manevî sarsılmaz duruşu ile aşk, cefa ile çetin sınavlara tabi tutulan âşığın en muhkem sığınağı olacaktır.

Etmemek'çün tîşe-i cevri ü cefâyı bâr-kâr

Kal'a-i aşkı Beyânî üstüvâr etmek gerek Beyânî, G. 428 / 5 (Başpınar: 326)

Beyânî, eziyet ve cefa kazmasını yük etmemek için aşk kalesini kuvvetlendirmek gerektir.

Yine de böyle bir sığınak bulmak ya da inşa etmek için âşığın birtakım bedeller ödemesi gerekir. Bunun için candan geçip ölmek, vücut burcunu yıkmak yani varlıktan kurtulmak şarttır.

Kal'a-i ışkâ girüp olmak dilersen ger emîn

Hâk ile yeksân olup burc-ı bedenden geç gönül Hayretî, G. 330 / 3 (Musluoğlu, 2021: 363)

Gönül, eğer aşk kalesine girip emin olmak istersen toprak ile bir olup beden burcundan geç.

Âşık eğer bir kurtuluş yolu arıyorsa onu sıkıntıdan ve kalp kırıklığından koruyacak yegâne mekân, aşk kalesidir.

Hısn-ı ıışka giregör kim bulasın şâhım necât

Girmeyen zîrâ bu hısna oldu muztarr-ı lehîf Kuddûsî, G. 199 / 6 (Ekinci, 2019: 273)

Padişahım, aşk kalesine gir ki kurtuluşa eresin. Zira bu kaleye girmeyen kalbi kırık ve sıkıntılı olur.

Kalenin sağlamlığı zaman zaman sevgilinin gücü sayesinde tehlikeye girer. Aşkın zorluklarına her daim katlanmaya namzet olan âşığın sabrı; ilgisizlik, eziyet, kınama, merhametsizlik karşısında sınanır. Sevilen ancak asla sevmeyen sevgili, muktedir konumuyla âşığa hiçbir zaman merhamet göstermez. Çare arayışı boşa çıkan âşık, şairin deyişiyle “akıbet” canını feda eder. Artık aşk kalesinin burçları âşıkların başları ile doludur. Şair, ezelden beri gönlünün aşka tutulduğunu ve aşk kalesini Allah’ın bina ettiğini vurgulayarak Allah’ın kendine yönelen nazarı ile aşka girdiğini ancak maşukun cefaları ile başını feda ettiğini söyler.

“Akıbet bârû-yı şehr-i ıışka galtân eyledi

Başımı tob eyleyüp ey Hâletî çevgân-ı çerh Azmizâde Hâletî, G. 117 / 13 (Kaya, 2017: 271)

Ey Hâletî; feleğin çevgân sopası, sonunda başımı top yapıp aşk şehrinin kale duvarına yuvarladı.

Yapdı bennâ-yı ezel ıışk hisârın dilde

Başlar dizdi anun üstüne ol sîm-beden Azmizâde Hâletî, G. 618 / 3 (Kaya, 2017: 473)

Ezel mimarı, aşk kalesinin hisarını gönülde yaptı. O gümüş bedenli sevgili, onun üstüne başlar dizdi.

Şairin tahayyülünde beden, sıkıntılara tahammül eden bir aşk kalesidir. “*Ey düzgün boylu servi (sevgili), bedenim üzerindikleri elif zannetme. Gam padişahı, sevgi kalesini sancaklarla süsledi.*” diyen şair, dimdik oluşu ve kendisinden sonra herhangi bir harfe bağlanmamasıyla kesrete bulaşmamış olarak telakki edilen elif harfiyle vahdete işaret eder. Şekli itibarıyla elife benzeyen vücuttaki yaraları ise sevgiliden birer nişane olarak görür.

Beden üzre elifler sanma ey serv-i sehî-kâmet

Mahabbet kal’asın zeyn itdi şâh-ı gam livâlarla Emrî, G. 472 / 4 (Saraç: 250)

Sevgili

Güzellik Kalesi

Güzelliği dilden dile dolaşan sevgilinin en önemli güzellik unsurları yüzde toplanmıştır. Gözleri, kaşları, hatları, beni ve kirpikleri pek çok hayal ve imaja sebep olur. Güzellik kalesi benzetmesi, klasik şiirde pek fazla kullanılmamakla

birlikte şair, kalenin hendeklerle çevrili oluşu gerçeğinden yola çıkarak çene çukurunu kale hendeğine, yanağı gül bahçesine ve sevgilinin yüzünü ise kaleye benzetir. Diğer beyitte ise şair, ayva tüylerini kale duvarı ören birine, sevgilinin gerdanını ise topa teşbih eder. Yüz ise güzellik burcunun kalesidir.

Kal'a-i hüsnüne zenehdânun

Gülsitân arasında handakdur H. Hamdî, G. 48 / 7 (Özyıldırım: 28)

Çene çukurun güzellik kalesinde gül bahçesi arasındaki hendektir.

Dîvâr çekdi hattı vü top oldı gabgabı

Dîdâr-ı yâr burc-ı melâhat hisârıdur Mesîhî, G. 49 / 2 (Mengi, 2020: 146)

Ayva tüyleri, duvar çekti ve gerdanı top oldu. Sevgilinin yüzü, güzellik burcunun kalesidir.

Sevgili, âşığın vücudunun etrafında kemer çekerek onu kale duvarı ile çevreler. Görülen odur ki güzellik ülkesini korumak adına surlar çekmektedir.

Bir sûr çekdi kim bedenümde tâk-ı yâr

Başdan ayağa mülk-i melâhat hisârıdur Âhî, G. 34 / 2 (Kaçalın: 18)

Sevgilinin takı (kemer), beden burcunda bir sur (kale duvarı) çekti. Baştan ayağa kadar güzellik ülkesinin kalesidir.

Güzellik Şehrinin Kalesi

Sevgilinin mahallesi de ihtişamı ile kale gibi yükselir.

Kûy-ı nigâr şehr-i melâhat hisârıdur

Cism-i münîri olmuş ana nûrdan beden Yakînî, G. 146 / 3 (Zülfe, 2009: 234)

Sevgilinin mahallesi, güzellik şehrinin kalesidir. Nurlu bedeni, ona nurdan beden olmuş.

Gönül Kalesi

Sevgilinin merhametsizliğini anlatmak için taş imgesini kullanan şair, âşığın ahları karşısında en sağlam surların bile dayanmayacağını söyler.

Dil-i sengîn-i yâre Fennîyâ te' sîr eder âhir

Hakîkatle dayanmaz âh-ı¹ âteş-bâre her bârû Fennî, G. 249 / 5 (Ergin, 1996: 178)

Ey Fennî, sonunda sevgilinin taştan gönlüne tesir eder. Gerçekten ateş saçan aha her sur dayanmaz.

¹ Ergin (1996)'da "âh" olarak geçmektedir.

Sağlam ve yıkılması zor olduğu için sevgilinin gönlü çelikten bir kale olarak tasavvur edilirken onun gönlüne girmek, âşığın keder askerlerini bu yolda feda etmesine bağlıdır.

Girer ol kal'a-i pûlâda sıyup gam² ceyşin

Emrî her kim ki dil-i dilber-i çâlâke girer Emrî, 142 / 5 (Saraç, 83)

Emrî, her kim ki cilveli sevgilinin gönlüne girer; keder askerini kırıp o çelikten kaleye girer.

Sevgilinin gönlüne girmenin kolay olmadığını bilen âşık, onun gönlünü kâfirlerin yaptığı sağlam kalelere benzetir ki bu benzetmede sevgilinin kâfir oluşu rol oynar.

Âsân olur mı gönline girmek güzellerün

Elbette kâfir illeri olmaz hisârsuz Nev'î, G. 192 / 4 (Sefercioğlu 2001: 244)

Güzellerin gönlüne girmek kolay olur mu? Elbette kâfir illeri kalesiz olmaz.

Âşık

Sevgilinin mahallesi, âşığın sağlam kalesidir.

Âşığın sevgilinin yaşadığı eziyetlere karşı sığındığı birkaç unsur vardır. Bunlardan ilki hem âşığın hem de sevgilinin fethedilecek bir mülk olarak gördükleri gönüldür. Âşık bazen de aşka sığınma gereği duyar ki o âşığın kurtuluşudur. Çünkü aşkın verdiği acıları iyileştirecek olan yine aşktır. Bir diğer kurtuluş ise Allah'tır. Böylece bütün dertler Allah'ın himayesinde son bulacaktır. Bir başka sığınak ise sevgilinin mahallesidir. Fakat burası âşığın gideceği tek kapı olmasına rağmen tehlikelerle doludur. Oraya varmak için türlü engelleri geçmek, her türlü cefa ve belaya katlanmak gerektir. Şairin hayalinde devlerin yaşadığı bir mekân olarak düşünülen sevgilinin mahallesi, sağlam bir kale olarak tasvir edilir.

Yâr içün her gûşede min dîv olur düşmen mana

İy sevâd-ı a'zam muhkem hisârüm handasan Nesîmî, G. 312 / 12 (Ayan, 2002: 572)

Sevgili için her köşede bin dev bana düşman olur. Ey büyük şehir, sağlam kalem neredesin?

Âşığın bedeni kaledir.

Toprak, su, hava ve ateşten müteşekkil olan beden, yapısındaki bu unsurlarla muhkem bir yapıdır. Sevgili için fethedilecek bir kale olarak görülen âşığın bedeni, her ne kadar cefalara sabredip dayansa da sevgilinin attığı oklara karşı koyacak güçte bir kale değildir.

Değül çünkü beden burc ey dil-i seng

² Saraç'ta "gâm" şeklindedir.

Nice döysün gözün atduğı tîre Adnî, G. 79 / 4 (Kufacı, 2006: 106)

*Ey taştan yapılmış gönül! Beden, senin gözünün attığı oka nasıl dayansın?
Çünkü beden, kale burcu değildir.*

Her hâl ve şartta canını feda etmeye hazır olan âşık, nasılsa kirpik oklarının hedefinden gönlünü koruyamayacaktır. Bu durumda vücut kalesinde gizlenen gönlü vermekten, bu kalenin kapısını ardına kadar açmaktan başka çare yoktur ya da kılıca ve oka gerekli değeri vermek zorundadır.

Dil almış peyk-i müjgânun görüp bu kal'a-i tenden

Bu feth-i bâba cânlar bezl idüp kurbânıyuz cânâ B. Rûhî, G. 14 / 4 (Ak, 2001: 312)

*Ey sevgilim, kirpiklerin habercisinin bu vücut kalesinden gönül aldığını görüp
bu kapıyı açmak için canları saçıp sana kurban oluruz.*

Tîği vü tîri hisâr-i bedene varınca

Burc-ı dilde oturur her biri mikdârınca A. Sâmî, Matla 18 (Kutlar Oğuz, 2017: 411)

*Kılıç ve oku beden kalesine varınca gönül burcunda her biri değerine göre
oturur.*

Sevgilinin saldırılarından artık harap olan vücut kalesini tamir etmek gitgide zorlaşır. Âşığın umudu ise tamamen yıkılan kaleyi sevgilinin gelip onarmasıdır.

Nice bir ta'mîr edersin bu vücûdun kal'asın

Var harâb-ender-harâb et kim gele mi'mâr-i ʿaşk Aydî Baba, G. 70 / 2 (Kotan, 2020: 805)

*Bu vücudun kalesini ne vakte kadar tamir edersin? Var büsbütün boz ki aşk
mimarı gelsin.*

Şaire göre sevgilinin âşığın vücut kalesini yıkma sebebi, her türlü sıkıntıya katlanacak ve kendine daima sadakatle bağlı kalacak bir âşık bulmasıdır.

Kal'a-i cismi bozdun anda sadâkat sezdin

Kim Aydıyi de yazdın ʿaşk denilen yazına Aydî Baba, G. 122 / 11 (Kotan, 2020: 805)

*Aşk denilen yazına Aydî'yi de yazdın. Vücut kalesini bozdun, onda sadakat
sezdin.*

Âşıkların vücutları, bazen de şaraptan sızmış bedenlerin üst üste dizilmesi ile kale burcu gibi yükselmiştir.

Meclis-i mey ki bedenlerle hisâr olmuşdur

Şehr-i ʿişretdür anun âfet-i devrânı kadeh Bâkî, G. 32 / 3 (Küçük: 87)

*Şarap meclisi ki bedenlerle kale (gibi) olmuştur. Orası yeme içme şehridir.
Onun dünyâ güzeli kadehtir.*

Âşık, manevî yolculuk esnasında bedenî varlığını yok etmeye çalışır. Çünkü vücut, onu bu yoldan alıkoyan bir engel vazifesi görür. Asıl olan vücudun içinde

taşıdığı candır. Can ise maşukun uğruna feda edilecek en değerli varlıktır. Aşk uğruna canını veren ve kendini dar ağacına asılmış bir Hallâc-ı Mansur olarak telakki eden şair, cansız bedenlerin kale surlarına asılmasına istinaden bedenini kale hisarına benzetir.

Dâ'im ene'l-hak söylerem Hakdan çü Mansûr olmuşam

Kimdür meni ber-dâr iden bu şehre men sûr olmuşam Nesîmî, G. 249 / 1
(Ayan, 2002: 249)

Allah'tan dolayı daima "Ben Allah'im." derim, çünkü Mansur olmuşum. Beni asan kimdir; ben bu şehre kale duvarı olmuşum.

Âşığın canı kaledir.

Tasavvufî manada ruh, nefis ve tecelli gibi soyut kavramlara karşılık olan can; bedenin içinde saklı bir cevher, bedenin zıttı ancak bedenle birleşmiş bir varlıktır. Her ne kadar ikisi birbirinden ayrı düşünülemezse de can ve ten daima bir çekişme içindedir. Fakat âşık bilir ki bedeni esen tutan içindeki candır. Bu yüzden şairler arasında sağlamlık itibarı ile kale olarak düşünülen bedenın yerini bazen can alır. Böylece kaleye benzetilen can, bedene göre daha kalıcı bir varlık olarak vurgulanır. Çünkü beden yok olup giderken can ya da ruh kalıcıdır. Ancak tabi ki can kalesi, sevgilinin gerdan veya çene topu karşısında dayanacak kadar da güçlü değildir. Çünkü burada güç, sevgilinin elindedir.

Top-ı gabgabla kal'asın cânun

Yıkmağa kıl parankı müjgânun Emrî, G. 287 / 1 (Saraç: 157)

Can kalesini gerdan topu ile yıkmak için kirpiklerini suyu iyi verilmiş keskin bir kılıç kıl.

Zekânı topı yine cânânun

Başladı kal'a kal'asın cânun Emrî, G. 289 / 1 (Saraç: 158)

Sevgilinin çene topu, yine can kalesini yok etmeye başladı.

Âşığın gönlü kaledir.

Bir şehrin yapıları gibi sağlam, toprak ve sudan müteşekkil olan vücut şehri; eziyet çekerken gönül kalesi ise belalara ve sıkıntılara mekân olmuştur.

Dil kal'ası belâ vü meşakkat zemînidür

Şehr-i beden cefâ ile mihnet hisâridur Hayâlî, G. 142 / 3 (Tarlan, 1945: 70)

Gönül kalesi, bela ve sıkıntı zeminidir. Vücut şehri, eziyet ile sıkıntı kalesidir.

Gönül kalesi, her zaman kedere sahne olmaz. Bazen gönlün fethi sevinçle karşılanır ki şair, fethin habercisi olarak burçlardan atılan toplara vurgu yaparak sevgilinin onu ele geçirdiğini ilan eder.

Bir geliş geldi ki fark edemedüm hayretten

Haber-i feth mi burc-ı dile hum-bâre midür Nedîm, G. 17 / 3 (Macit, 2017: 216)

Bir geliş geldi ki hayretimden fark edemedim. Fetih haberi mi yoksa gönül burcuna kumbara (yuvarlak bir bomba türü) midir?

Bir fetih sahnesini anlatan şair, emel burcuna dikilen teslim bayraklarını hatırlatır. Böylece gönül kalesi artık kazanılmıştır.

Ki çıkup kal'a-i dilden sipeh-i şevk-âmûz

Dikdi burc-ı³ emele ceş-i ferâgat a'âm Nâbî, K. 12 / 18 (Bilkan, 1997: 77)

Coşkuyu öğrenmiş asker, gönül kalesinden çıkıp emel burcuna feragat ordusunun sancaklarını dikti.

Düşman

Genellikle kendi bedenini kaleye benzeten şair, düşmanın bedenini yıkılıp giden bir kale olarak hayal eder.

Düşmene ger dokına sengi kemân mühresinün

Tûb-veş yıkar eğer burcisa dahi bedeni Adnî, K. 1 / 21 (Kufacı, 2006: 17)

Eğer onun yayının top gibi yuvarlak taşı, düşmana dokunsa bedeni kale burcu bile olsa onu top gibi yıkar.

Soyut Kavramlar

Ayrılık Kalesi

Sevgilinin nazı, eziyeti, verdiği gam ile bütünleşen ayrılık, pek çetin olduğu için kale gibi sağlamdır. Ancak maddiyatın maneviyat karşısında yerle bir olması kaçınılmazdır. Âşık, gözyaşları ile ayrılık kalesini yıkıp vuslata doğru yönelmiştir.

Tûp-ı âhumla ider hayl-i sirişküm 'âkıbet

Kal'a-i hicrânı kal' u leşger-i endûhı kâm' Bâkî, G. 225 / 4 (Küçük: 175)

Gözyaşı süvarim, sonunda ah topumla ayrılık kalesini yok eder; keder askerini zapt eder.

Emel Kalesi

Yine sağlamlık kavramı üzerine kurulan tamlama, şairin padişahın tükenmek bilmeyen beklentilerini ifade kılmak için kullanılır.

Beyânî bendene lutf eyle şâhâ niçe müddetdür

³ Bilkan (1997)'da "bürc-i" şeklindedir.

Bu iklim-i hevesde kal'a-i tûl-i emel bekler Beyânî, G. 147 / 5 (Başpınar: 162)

Ey padişah, uzun süre Beyânî kuluna lütfet. Bu heves ikliminde tükenmez arzusun kalesini bekler.

Keder Kalesi

Aşkın verdiği kederler, bir kale gibi o kadar sarsılmazdır ki âşık, birkaç avunma topu ile can ve gönül ülkesini korumaktan başka bir mücadeleye girişemez.

Kal'a-kûb-ı gam-ı aşk olsak 'aceb mi her dem

Kişver-i cân u dile top-ı tesellâ çekerüz Beyânî, G. 357 / 3 (Başpınar: 283)

Her an aşkın gam kalesini vursak, buna şaşılır mı? Can ve gönül ülkesine avunma topunu çekeriz.

Kederden kurtulmak için gönlü şarapla cilalamak gerekir. Böylece gönldeki tasa, gam ve dertler silinip gidecektir. Şarap, aynı zamanda sevgilinin hışmını da ortadan kaldırır. Bu yüzden şair, şarabın köpüklerini keder kalesini döven toplar olarak tahayyül eder.

Mey kanıkmış gussanın kanına bir hûnî diyü

Gam hisârı kal'a bir top-ı hevâyîdür habâb Emrî, G. 37 / 4 (Saraç: 31)

(Sevgili), bir gaddar kişi diye şarap, sıkıntı kanına doymuş. Keder hisârı bir kale, şarabın köpüğü ise bir arzu topudur.

Dert Kalesi

Kendini kederin beylerbeyi ilan eden şair, dert ve bela kalesinde hüküm sürer.

Kal'a-i derd ü belâda çalınur nevbetümüz

Mîr-i mîrân-ı gamuz tûğ-ı anâlar çekerüz Beyânî, G. 358 / 5 (Başpınar: 284)

Mızıkamız dert ve bela kalesinde çalınır. Kederin beylerbeyiyiz, sancak çekeriz.

Dert ve Gam Kalesi

Gönldeki derdi ve kederi ortadan kaldırabilmek için gönül yaraları, top olup hisarları döver.

Dilde her dâğ-ı belâ bir topdur

Fethi için kal'a-i derd ü gamun Emrî, 267 / 4 (Saraç: 147)

Dert ve keder kalesinin fethi için gönlde her bela yarası bir toptur.

Gönül Kalesi

Gönülden kopup gelen ve aşk ateşinin kaynağından çıkan ahlar, sağlam ve dayanıklı hisarlara sahip gönül kalesinden atılan hava toplarıdır.

Emriyâ âhum tebâh itmeğe şâdi askerinin

Atılır dil kal'asından bir hevâyî topdur Emrî, G. 101 / 5 (Saraç: 63)

Ey Emrî, ahım mutluluk askerini yok etmek için gönül kalesinden atılan bir hava topudur.

Âşığın her türlü sıkıntıya katlanan ve demirden yapılmış gönlü, sevgiliden gelen oklara karşı dayanıksızdır.

Ey kaşı yâ oldı pür peykân-ı tîrûnle beden

Yapdılar dil kal'asın gûyâ hisâr-ı âhenîn Hecrî, G. 117 / 4 (Zülfe, 2010: 167)

Ey kaşı ya harfî gibi olan sevgili, vücut okunun temreni ile doludur. Güya gönül kalesini demirden hisarla yaptılar.

Kal'a-i dilden kaçan tîr-i gam-ı cânân geçer

Anun ardınca revân olur bedenden cân geçer Enverî, G. 62 / 1 (Kurnaz ve Tatçı: 2001: 30)

Gönül kalesinden ne zaman ki sevgilinin keder oku geçer, onun ardından bedenden can akar, geçer.

Kaşunla kirpüğün gönlüm hisârın eyledi yağmâ

Alur tîr ü kemân ile çoğ olur Türkmân kal'a Revânî, K. 31 /24 (Avşar, 2017: 165)

Kaşınla kirpiğin gönül kalesini yağmaladı. Türkmen'in ok ve yay ile kale aldığı çoktur.

Âşığın gönlü, hiçbir mekâna sığmayan Allah'ın tecelli yeri ve aşkın mekânıdır. O yüzden sadece âşığa ait değildir. Halk için sığılacak bir kaledir.

Gel ey Verdî dilini tut sana düşmez gönül bahsi

O bir beyt-i Hudâdî⁴ bil kamu halka hisâr oldı Verdî, G. 154 / 7 (Demirkol, 2019: 132)

Gel Verdî, dilini tut. Çünkü gönül bahsi sana düşmez. O bir Allah evidir, bunu bil ki o halka kale (sığılacak bir yer) olmuştur.

Âşığın sağlam surlara sahip gönlü, her türlü saldırıya uğrarken hiç değilse ona gözcülük edecek gözleri ve akınlara göğüs gerecek keder askerleri vardır.

Gelürken her taraftan ceşş-i gam dil kal'ası üzre

Görür burc-ı bedende gözcilerdür çeşm-i giryânım Enverî, G. 175 / 4 (Kurnaz ve Tatçı: 2001: 71)

⁴ Demirkol (2019)'da "Hüdâdî" şeklindedir.

Keder askeri, her taraftan gönül kalesi üzerine gelirken ağlayan gözüm, beden burcundaki gözcülerdir.

Leşker-i gam ki gönül kal'asının bekçisidür

Sînemün dâğıdurur tablı vü tîrûn 'alemi Me'âlî, G. 120 / 4 (Ambros, 1982: 51)

Keder askeri ki gönül kalesinin bekçisidir. Davul ve okun alameti sinemin yaralarıdır.

Hayret Kalesi

Yavaş yavaş gönüldeki perdeleri kaldırıp Allah'ın kudretinin büyüklüğü karşısında hayretten hayrete düşen âşık, varmış olduğu bu merhaleyi bir kalenin fethedilmesine benzetir.

Gönül muhâfız-ı cumhûr 'asker-i 'aşkdur

Hisâr-ı hayrete saldum bölük bölük neferüm Celvetî, G. 60 / 2 (Kurnaz vd., 2000: 183)

Gönül, halkın muhafızı ve aşk askeridir. Neferimi bölük bölük hayret kalesine saldım.

Huzur ve Sabır Kalesi

Sevgilinin saldırıları karşısında huzur ve sabır kalesinin dayanacak gücü yoktur.

Câna sultân-ı mahabbet eyledi Yahyâ hücum

Kal'a-i ârâm u hısn-ı sabrı itdi kal' u kam' Şeyhülislam Yahyâ, G. 169 / 5 (Kavruk: 194)

Yahya, sevgi sultanı cana hücum etti. Huzur ve sabır kalesini zapt edip yok etti.

İstikamet Kalesi

Şair, bu benzetmeyi aşkın kuralları çerçevesinde hareket ettiğini ifade etmek için kullanır. Doğruluktan ayrılmadan aşkın gereği olan bütün fiilleri gerçekleştiren âşık, bu yolda yapılan işlerin boşa gitmeyeceğini düşünür.

Sanmanuz kim giceler bîhûdedür efgânumuz

Mülk-i 'aşk içre hisâr-ı istikâmet beklerüz Fuzûlî, G. 124 / 7 (Ceylan, 2022: 205)

Gece çektiğimiz feryatları boşunadır sanma. Aşk ülkesi içinde doğruluk kalesini bekleriz.

Düşünce Kalesi

Düşüncelerini sağlam kale surlarına benzeten şair, aşkın verdiği endişeler yüzünden canını bu kaleye hapseder.

°Aceb bir kılâ-ı endişede habs oldı cânım kim

Sipeh-sâlâr-ı mihnetdir civârında nıgehbânı Nûrî, K. 4 / 8 (Yılmaz, 2010: 70)

Düşünce kalelerinde canım hapsolsa buna şaşılmaz. Çünkü onun yakınındaki gözcüsü sıkıntı başkomutanıdır.

Himmet Kalesi

Toplumda sıkıntı çeken insanların yardım kalesine sığınma isteğinde olduğunu ancak sağlam bir sığınak kalmadığını ifade eden şair, kederden dert yanar.

Ceyş-i gamdan kanda etsin ilticâ ehl-i niyâz

Kal'a-i himmette Nâbî burc-ı bârû kalmamış Nâbî, G. 353 / 5
(Bilkan, 1997: 720)

Yalvaran, dua eden kimseler; keder ordusundan nereye sığınsınlar? Nâbî, yardım kalesinin burcu kalmamış.

Akıl Kalesi

Kaleye benzetilen akıl, âşığın bu yolda yürümek için ihtiyaç duyduğu bir dayanak değildir. Çünkü aşk, akıl ile baki olmayıp aksine akıllı inkâr eden bir konumdadır. Her ne kadar sağlam olsa da nihayetinde yok olup gidecek bir mekân olan kale, akılın geçiciliğini ifade etmek için kullanılır.

Girmek hisâr-ı °akla değüldür tarîkımız

Biz sâlikân-ı râh-ı beyâbân-ı hayretüz Hayretî, G. 191 / 4 (Musluoğlu, 2021: 278)

Tuttuğumuz yol, akıl kalesine girmek değildir. Biz hayret çölünün yoluna girmiş müritleriz.

Varlık Kalesi

Tasavvufta varlık; tevhit, vahdet-i vücud gibi çeşitli adlarla anılarak varlığın özünün bir olduğuna işaret edilir. Allah'tan başka her şeyi yok bilen kişi, nihayetinde kendi vücudunu da yok ederek sadece Allah'ın varlığını kabul eder. Ancak âşığın varlığını yitirip bu mertebeye ulaşması güçtür. Bu zorluğu ifade edebilmek adına şair, kibri terk edemediği için varlık kalesini de yıkamadığını söyler.

Kibri tevâzu° oduna yakmadın

Varlığının kal'asını yıkmadın Aydı Baba, G. 52 / 5 (Kotan, 2020: 805)

Kibri alçak gönüllülük ateşinde yakmadın. Varlığının kalesini yıkmadın.

Büyüklik ve Devlet Kalesi

Kaderi; kat kat hisarlardan oluşan sağlam bir kale olarak zihninde canlandıran şair, memduhun bahtsızlık ordusundan korunması için duacıdır.

Dergâhuna cünûd-ı idbâr bulmasun yol

İkbâl-ı izz ü devlet kat kat hisârün olsun B. Rûhî, G. 888 / 2 (Ak, 2001: 891)

Bahtsızlık ordusu, senin dergâhına yol bulmasın. Yücelik ve büyüklik bahtı, kat kat kale duvarın olsun.

Delilik Kalesi

Şair, delilerin taşlanması olayına telmih yaparak kendine atılan taşların çokluğunu anlatmak için yığılan taşların kale hâline geldiğini söyler. Gerçi atılan taşlardan rahatsız değildir. Çünkü onun için orası sınımlanacak bir kale olmuştur.

Kal'a oldu çevirüp yanımızı seng-i cünûn

Girmişüz hısn-ı hasîne umaruz böyle kala B. Rûhî, G. 1005 / 3 (Ak, 2001: 969)

Delilik taşı etrafımızı çevirip yanımıza kale oldu. Sağlam kaleye girmişiz, umarız böyle kalırız.

"Ol der, olur." Kalesi

Varlığın özünün Allah sıfatı ve zatı olduğunu ve onun sağlamlığını anlatmak isteyen şair, kale benzetmesinden faydalanır. Her şeyin zıddıyla kaim olduğu görüşünden hareketle ölümün de hayatın da özü olarak kendini görür. Hem onu oluşturduğunu hem de ondan oluştuğunu bilen şair, Allah'ın tecellisini ifade etme gayretindedir.

âlem ü zât ü sıfâtam menbe'-ı mevt ü hayât

Hem hisâr-ı künfekânem hem anun mahsûriyam Nesîmî, G. 241 / 3 (Ayan, 2002: 479)

Dünyadaki her şey ve Allah'ın özü ve sıfatıyım. Ölüm ve hayat kaynağıyım. Hem "Ol der, olur." kalesiyim, hem de onun tarafından kuşatılmışım.

Din Kalesi

Şair, sevgilinin kirpiklerini fethedilecek bir kale olarak görür.

Dil mülkin açdı kal'a-i dîn oldu kirpüğün

Şükrâne al bu fetha ki resm-i kadîmdür Ahmed Paşa, G. 32 / 9 (Tarlan, 1992: 135)

Gönül ülkesini açtı, kirpiğin din kalesi oldu. Bu fethi şükür ki eski bir âdettir.

Mekânlar

Klasik şair, tespit edilebildiği kadarıyla kalenin genellikle sağlamlık sıfatını kullanarak bazı mekânları kaleye benzetir. Kavuşmanın imkânsızlığını anlatmak için onu yıkılıp giden bir kaleye teşbih eden şair; keder ve dertten korunmak için padişahın dergâhını; yüksek ve yüce bir bina olarak gördüğü feleği; dertlerden sığınacağı yer olan meyhane ve işreti; yokluğun nişanesi olan ve insanı yolundan alıkoyan dünyayı da kale metaforuyla buluşturur.

Kavuşma Şehrinin Kalesi

Şehr-i vaslun kal'asın top yıkmış idi dostum

Leşker-i hicrâna döymeziş yanıldum bilmedüm Âhî, G. 77 / 2

(Kaçalın: 37)

Dostum, kavuşma şehrinin kalesini top yıkmış. Ayrılık askerine dayanmazmış, yanıldım, bilemedim.

Dergâh Kalesi

Def'-i Ye'cûc-ı gama işiğidür sedd-i sedîd

Men'-i ceşş-i eleme dergehidür hısn⁵-ı hasîn Bâkî, K. 26 / 14 (Küçük: 52)

Keder Yecûc'ünü defetmek için yıkılması zor olan set, onun eşîğidir. Elem askerini menetmek için sağlam kale ise onun dergâhıdır.

Felek Kalesi

Şerâr-ı âh-ı Emrîden sakınup kal'a-i çarhı

Bürûc üzre çıkup encüm bu gice dîde-bân oldu Emrî, G. 549 / 5 (Saraç: 288)

Yıldızlar, bu gece felek kalesini Emrî'nin ah kıvılcımından koruyup, burçların üzerine çıkarak gözcü oldu.

Bî-şübhe yıkardı nüh kılâ'ın

Bu kal'aya itse şeş-per-i ıışk Fevzî, Terkib-bend 2, V-6 (Kaplan, 2019: 56)

Aşk gürzü, bu kaleye düşse şüphesiz dokuz kaleyi (dokuz kat feleği) yıkardı.

Âh topını hevâya kaçan atsam pertâb

Feth idem gibi gelür kal'asını gerdûnun Muhibbî, G. 1876 / 2 (Yavuz ve Yavuz, 2016: 986)

Ah topunu ne zaman havaya atsam felek kalesini fethetmişim gibi gelir.

Horşîd değül gülle-i tâbende-i gamdur

⁵ Küçük'te "hısn" şeklindedir.

Bu kal'a-i gerdûnı döğer tob-ı mahabbet Sâbit, G. 33 / 5 (Karacan, 1991: 367)

Güneş değil, kederin parlak güllesidir. Sevgi topu, felek kalesini döver.

Felek Kulesi

Etrâf-ı kâ'inâta haber kılmağa güneş

Od yakdı evc-i kulle-i gerdûnda nâgehân Figânî, K. 3 / 4 (Çaylı Cankurt, 2015: 19)

Güneş, kâinatın tamamına haber vermek için ansızın felek kulesinin üstünde ateş yaktı.

Meyhane Kalesi

Dil şehrini sipâh-ı gam itdiydi tûp harâb

Mey-hâne künci olmasa muhkem hisârumuz Hayretî, G. 196 / 4 (Musluoğlu, 2021: 281)

Meyhane köşesi, sağlam kalemiz olmasa keder askeri, gönül şehrini top ile harap etmişti.

İşret Kalesi

Bir böyle sûr lâzım idi hısn-ı işrete

Yanına tâ ki eylemeye ceş-i gam mürûr Azmizâde Hâletî, K. 29 / 5 (Kaya, 2017: 142)

Ne zaman ki yanından keder ordusu geçmeye kalksa yeme içme kalesine böyle bir sur lazımdı.

Dünya Kalesi

Şehr-bend-i dehre hîç dil bağlamak câ'iz midür

°Idde-i râh-ı °ademdür şübhe yok bu nüh hıyâm Azmizâde Hâletî, G. 547 / 5 (Kaya, 2017: 442)

Dünya kalesine gönül bağlamak hiç caiz midir? Şüphe yok, bu dokuz çadır; yokluk yolunun arkadaşıdır.

Kalenin Yapıldığı Malzemeler

Kalenin yapıldığı malzemeleri de hayal dünyasına dâhil eden şair, aşk yolunda çektiklerini eleştirenlerin kınama taşına maruz kaldığını, bu taşlardan etrafına kale duvarı örüldüğünü söyler. Bir başka beyitte ise sonbaharda doğayı seyrederek hem rengi hem de şekli itibariyle tuğlaya benzettiği yapraklarla kale metaforunu yaratır. Sığınılacak ve sağlam bir yapı olarak görülen kalenin demirden yapıldığını nakleden şair, başka bir beyitte şarabın üstündeki köpükleri

demirden kaleye benzetir. Bir diğer beyitte ise ayağına zincir takılmış aşk delisi âşık, zinciri etrafına sararak kendine demirden bir kale inşa eder. Memduhun övüldüğü başka bir beyitte ise ateş bile kılıcın korkusundan taştan yapılmış bir kaleye sığınır. Benzer bir beyitte ise memduhun verdiği inci; denize düşünce yakut, kayadan yapılmış kaleye çekilir. Bazen de yakut, iri inci karşısında kale gibi darmadağın olur. Son olarak kışın çetinliğini ifade etmek isteyen şair, suyun donuşunu buzdan yapılmış bir kaleye teşbih eder.

Melamet Taşından Kale

Seng-i melâmet ile çekün çevreme hisâr

Eşküm fenâyâ virmesün ehl-i selâmeti

Fuzûlî, G. 300 / 5 (Ceylan, 2022:

296)

Kınama taşı ile çevreme bir kale çekin ki gözyaşım kurtuluşa erenleri fenaya vermesin (yok etmesin).

Nakd-i cân târâc-ı gamdan sahlamak düşvârdur

°Aşk tâ seng-i melâmetden hisâr itmez mana Fuzûlî, G. 16 / 6 (Ceylan, 2022:

151)

Aşk, bana kınanma taşından kale yapmazsa can nakdini gam yağmasından korumak zordur.

Yapraktan Kale

Yığmış fezâ-yı bâğa hazân bergi hıştlar

Gûyâ hevâ hücûmına dutmak diler hisâr

Fuzûlî, K. 37 / 12 (Ceylan,

2022: 127)

Sonbahar yaprağı, bahçenin geniş ovasına tuğlalar yığmış. Sanki havanın hücumuna karşı koymak için bir kale istemektedir.

Demirden Kale

Gam leşkerinden ister isen olasın emîn

Var °Abdî Beğ kapusın idin âhenîn hisâr

Hayretî, K. 14 / 16 (Musluoğlu,

2021: 103)

Keder askerinden güvende olmak istersen Abdi Bey'in kapısına var, demirden kale edin.

Şol hevâyî tûp gibi görinen şekl-i habâb

Şimdi su üstünde olmuşdur demürden bir hisâr

Revânî, K. 8 / 6 (Avşar,

2017: 82)

Şu hava topu gibi görünen köpük şeklidir. Şimdi su üstünde demirden bir kale olmuştur.

Eyminem seng-i melâmetden kim alup çevremi

Oldı zencîr-i cünûn bir kal'a-i âhen mana Fuzûlî, G. 11 / 2 (Ceylan, 2022: 149)

Kınanma taşından korunmuşum ki delilik zinciri çevremi sarıp bana demirden kale oldu.

Taştan Kale

Âb-ı tîğîn edeli ehl-i havâ olanı hâk

Havfdan kendisine taşı hisâr eyledi nâr Hayâlî Bey, K. 9 / 16 (Tarlan, 1945: 2)

Kılıcının suyu, heves sahibi olanı toprak ettiğinden beri ateş, korkudan taşı kendine kale eyledi.

Kayadan Kale

Deryâya düşdi cûdun elinden dür-i hoş-âb

Ol korkudan idindi kayadan hisâr la'î Ahmed Paşa, K. 12 / 36 (Tarlan, 1992: 50)

Parlak inci, cömertlik elinden denize düştü. Yakut taşı, korkudan kayadan kale edindi.

Yakuttan Kale

Lü' lü' esîr olup gelür âhir dizin dizin

Düşmân hisârı bigi olur târmâr la'î Ahmed Paşa, K. 12 / 38 (Tarlan, 1992: 50)

İri inci esir olup sonunda sıra sıra gelir. Yakut taşı, düşman kalesi gibi darmadağın olur.

Buzdan Kale

Salalı kal'a-i pûlâd-ı yah içre suyu bâd

Tûp-ı hûrşîd ile feth olmaz ise key müşkil Necâtî Bey, K. 16 / 4 (Yılmaz, 2015: 84)

Rüzgâr, buzun çelik kalesi içine suyu saldığından beri güneş topu ile onu fethetmek pek zordur.

Saht olup kışdan nice sovumasun billâhi âb

Kal'a-i yah içre anı her seher eyler esîr Mesîhî, Şitaiye 4 / 6 (Mengi, 2020: 54)

Su, katı, sert olup kıştan nasıl soğumasın? Buz kalesi içinde onu her seher esir eder.

SONUÇ

Klasik şair, kale metaforundan faydalanırken sevgili ve âşık ekseninde konumlanır. Genellikle aşk yolunda çekilen sıkıntıları anlatmak adına kalenin sağlamlık ve yıkılmazlık nitelikleri ön plana çıkartılırken bazen de kale, sığınılacak bir yer ya da fethedilecek bir mekân olarak tasvir edilir. Âşığın bedeni, gönlü ve canı; sevgilinin taş kalbi ve mahallesi kaleye benzetilirken çoğu aşkla bağlantılı olan ayrılık, emel, gam, dert, bela, gönül, hayret, can, sevgi, güzellik, rahatlık, sabır, doğruluk, düşünce, iyilik, akıl, din gibi soyut kavramlarla da tamlamalar oluşturulur. Şehir, dünya, felek, meyhane gibi mekânların da benzetileni olan kale; taş, kaya, yakut, yaprak ve buz gibi gerek dayanıklılığı gerek rengine vurgu yapan malzemeler ile de şiirin konusu olur. Klasik şiirde kalelerin fethine dair manzumeler bulunmakla birlikte bazı kasidelerde memduhların cesaret, cömertlik ve fetihlerine yönelik kale metaforunun kullanıldığı beyitler de dikkat çeker.

KAYNAKÇA

1. Ak, C. (2001). *Bağdatlı Rûhî divanı*. Bursa: Uludağ Üniversitesi.
2. Ambros, E. (1982). *Candid penstrokes: the lyrics of Meâlî, an Ottoman poet of the 16th. Century*. Berlin: Klaus Schwarz Verlag.
3. Avşar, Z. (2017). *Revânî divanı*. <https://ekitap.ktb.gov.tr/Eklenti/56143,revani-divanipdf.pdf?0> adresinden 13 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
4. Ayan, H. (2002). *Nesîmî, hayatı, edebî kişiliği, eserleri ve Türkçe divanının tenkitli metni*. Ankara: TDK Yayınları.
5. Başpınar, F. *Beyânî, divan*. [ekitap.ktb.gov.tr/Eklenti/10598, beyani-apdf.pdf?0](https://ekitap.ktb.gov.tr/Eklenti/10598,beyani-apdf.pdf?0) adresinden 19 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
6. Bilkan, A. F. (1997). *Nâbî divanı*. Ankara: M.E.B. Yayınları.
7. Ceylan, Ö. (2022). *Fuzûlî divanı*. Ankara: Atatürk Kültür Merkezi Yayını.
8. Çaylı Cankurt, G. (2015). *Figanî divanı gramatikal indeksi*. Aydın: Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
9. Demirkol, E. M. (2019). *Verdî Kâsım divanı*. Ağrı: Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
10. Ekinci, G. (2019). *Kuddûsî divanı sözlüğü (bağlamli dizin ve işlevsel sözlük, s. 245-345)*. Kahramanmaraş: Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
11. Ergin, A. Ş. (1996). *Yozgatlı Mehmed Said, Fennî divanı*. Ankara: Yozgat Belediyesi.
12. Kaçalin, M. S. *Âhî*. <https://ekitap.ktb.gov.tr/Eklenti/10590,ahidivanimustafakacalinpdf.pdf?0> adresinden 17 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
13. Kaplan, Y. (2019). *Fevzî divanı*. <https://ekitap.ktb.gov.tr/Eklenti/67209,fevzi-divanipdf.pdf?0> adresinden 20 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
14. Karacan, T. (1991). *Bosnalı Alaaddin Sabit, divan*. Sivas: Cumhuriyet Üniversitesi Yayınları.
15. Kavruk, H. *Şeyhülislam Yahyâ divanı*. <https://ekitap.ktb.gov.tr/Eklenti/10655,seyhulislamyahyadivanihasankavrukpdf.pdf?0> adresinden 17 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
16. Kaya, B. A. (2017). *Azmizâde Hâletî divanı*. <https://ekitap.ktb.gov.tr/Eklenti/56159,azmizade-haleti-divanipdf.pdf?0> adresinden 20 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
17. Kotan, N. (2020). *Aydî Baba divanı (bağlamli dizin ve işlevsel sözlük)*. Gaziantep: Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- 18.Kufacı, O. (2006). *Adni divanı ve Adni divanında benzetmeler*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- 19.Kurnaz, C. ve Tatçı, M. (2001). *Ümmî divan şairleri ve Enverî divanı*. Ankara: MEB Yayınları.
- 20.Kurnaz, C.; Tatçı, M. ve Aydemir, Y. (2000). *Giritli Salacıoğlu Mustafa Celvetî, divan*, Ankara: Akçağ Yayınları.
- 21.Kutlar Oğuz, F. S. (2017). *Arpaemîni-zâde Mustafâ Sâmi divanı*. <https://ekitap.ktb.gov.tr/Eklenti/56084,arpaeminizade-mustafa-sami-divanipdf.pdf?0> adresinden 16 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
- 22.Küçük, S. *Bâkî divanı*. <https://ekitap.ktb.gov.tr/Eklenti/10596,bakidivanisabahattinkucukpdf.pdf?0> adresinden 20 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
- 23.Macit, M. (2017). *Nedîm divanı*. <https://ekitap.ktb.gov.tr/Eklenti/56214,nedim-divanipdf.pdf?0> adresinden 15 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
- 24.Mengi, M. (2020). *Mesihi divanı*. <https://ekitap.ktb.gov.tr/Eklenti/74203,mesihi-divanipdf.pdf?0> . Adresinden 18 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
- 25.Musluoğlu, F. (2021). *Hayretî divanı, (tenkitli metin-dil içi çeviri)*. İstanbul: Marmara Üniversitesi, Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü.
- 26.Özyıldırım, A. E. *Hamdullah Hamdî divanı*. <https://ekitap.ktb.gov.tr/Eklenti/10616,metinpdf.pdf?0> adresinden 22 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
- 27.Saraç, M. A. Y. *Emrî divanı*. <https://ekitap.ktb.gov.tr/Eklenti/10607,emridivanipdf.pdf?0> adresinden 21 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
- 28.Sefercioğlu, M. N. (2001). *Nev'î Divanı'nın tahlili*. Ankara: Akçağ Yayınları.
- 29.Tarlan, A. N. (1945). *Hayâlî Bey divanı*. <https://ia600603.us.archive.org/20/items/HayllBeyDVnv/155578162-Hayali-Bey-Divani.pdf> adresinden 20 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
- 30.Tarlan, A. N. (1992). *Ahmet Paşa divanı*. Ankara: Akçağ Yayınları.
- 31.Yavuz, K. ve Yavuz, O. (2016). *Muhibbî divanı*. İstanbul: Türkiye Yazma Eserler Kurumu Başkanlığı Yayınları.
- 32.Yılmaz, A. (2010). *Nûrî, hayatı, edebi kişiliği, divanı ve divan'ının incelenmesi*. Afyon: Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- 33.Yılmaz, O. (2015). *Necâtî Bey divanı*. Ankara: Atatürk Kültür Merkezi Başkanlığı.

- 34.Zülfe, Ö. (2009). *Yakîni, divan.*
<https://www.yumpu.com/tr/document/read/21978060/divan-e-kitap-kultur-ve-turizm-bakanlg> adresinden 16 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
- 35.Zülfe, Ö. (2010). *Hecrî divanı.*
<https://ekitap.ktb.gov.tr/Eklenti/10618,hecripdf.pdf?0> adresinden 20 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.

75. Bölüm

Çağdaş Dönemde Tüketim Kültürü ve Yaşam Tarzı

Raheb MOHAMMADI GHANBARLOU¹

¹ Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Gelişim Üniversitesi, İktisadi İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, Sosyoloji, orcid.org/0000-0003-3606-3524, rahib.mahammadi@gmail.com

ÖZET

Giriş

Günümüzde çalgıncasına tüketim, gündelik hayatın ayrılmaz bir bileşenine dönüşmüş ve hatta bağımlılık seviyesine kadar ulaşmış bir mesele haline gelmiştir. Çağımızın en büyük sorunlarından biri olan bağımlılık tarih boyunca çeşitli şekillerde kendini göstermesine rağmen özellikle 21. yüzyılda bilimsel teoriler ve modellerle açıklanmaya çalışılan bir hastalık ve toplumsal bir sorun olarak kabul edilmektedir. İnsanlık her alanda gelişimini sürdürürken özellikle son birkaç yüzyılda yaşanan teknolojik gelişmeler ve buna bağlı olarak değişen sosyal ve ekonomik yapıların bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır. Bu durum bir yandan bireyin iletişim teknolojilerini kullanarak fiziksel bir efor sarf etmeksizin sosyal etkileşimini arttırmasına her türlü hizmet ve tüketim mallarına kolayca ulaşmasına ve bu sayede ihtiyaçlarına daha kolay ve daha hızlı karşılık bulmasına olanak sağlarken diğer yandan toplumdan soyutlanma, kendine yabancılaşma, tembellik, tatminsizlik ve bağımlılık gibi sorunlara neden olabilmektedir (Dinç, 2021: 101). İşte bu bağımlılık türlerinden biri de tüketimdir. Çünkü tüketim kavramı geleneksel anlamda bir tüketim ve hayat tarzı anlamından çıkarak artık yerini temel ihtiyaç dışı bir tüketime bırakmıştır. İhtiyaçlar manipüle edilmiş ve ihtiyacımız olmayan ürünler ihtiyacımız varmış gibi empoze edilmektedir. Bu çalışma, yaşam biçimlerini ve tüketimi kitle toplumunun tamamen manipüle edilmiş ürünleri olarak gören bakış açısını, yaşam biçimleri ve tüketim alanını ya da en azından özel bir yönünü tanımlamaya çalışmaktadır.

Yaşam Tarzı

Batı'daki din reform hareketi, bilimsel devrim, aydınlanma, Fransız devrimi, toplumsal iş bölümü, sanayi devrimi ve kapitalist sistem gibi önemli akım ve gelişmeler kültürel, siyasi, sosyal ve ekonomik alanlarda büyük ve devasa değişimler yaratmıştır. Yani modernleşme bu coğrafyada yaşam biçimini değiştirmiştir. Bu eğilimlerin ve önemli gelişmelerin etkisi Batı ile sınırlı kalmamıştır. Zamanla modernite diğer tüm ülkelere girmiş ve tüm toplumların yaşam tarzına meydan okumuştur.

Yaşam tarzı, sosyolojinin ortaya çıkışının ilk on yıllarında Weber, Simmel ve Adler gibi uzmanlar tarafından kullanılmasına rağmen, günümüzde pek çok amacın bireyselleşmesi nedeniyle üçüncü binyılın başında kullanılan sosyal bilimler kavramlarından biridir. Yaşam tarzı, insan yaşamının değerler ve inançlar gibi öznel yönlerle dayalı olarak şekillenen nesnel yönüdür ve görünür bir araç olarak toplumun her bir üyesinin bireyselliğini temsil eder.

Gündelik hayatın düşünsel biçimde inşa edilmiş bir kültürel alan olarak ortaya konulmasında Michel de Certeau'nun çalışmalarının katkısı büyüktür. Çağdaşları Heller (1984) ve Lefebvre'den farklı olarak geç kapitalist toplumda

kitle kültürünün merkezde olmasına daha iyimser yaklaşır. De Certeau'ya göre hem üreticiler hem de tüketiciler medya ve kültür endüstrilerinin sunduğu İmge Metin ve nesnelerin Estetik anlamlarının belirlenmesinde rol oynamaktadır (Bennett, 2018: 93).

Günümüzde “yaşam tarzı” kavramı bilimsel çalışmalara paralel olarak günlük dilde de yaygın bir terim haline gelmiştir. Bu kavram, çağdaş tüketim kültürünün kalbinde toplumsal bir konuma sahip olan özel grupların farklı yaşam tarzları hakkında daha sınırlı bir sosyolojik anlama sahipken bununla birlikte, bir yaşam tarzı olarak bireysellik, kendini ifade etme ve kendinin farkında olma arasında bir bağlantı kurar (Weber, 1968).

Bir insanın vücudu, giydiği kıyafet, yaptığı konuşma, boş zamanı, yeme içme tercihi, evi, arabası, tatilde yaptıkları vb. tüm bunlar öznenin veya tüketicinin kişisel beğeni ve yaşam tarzının belirtileri olarak düşünülmelidir. 1950'lerin tek tip asimilasyon çağını müjdelediği dönemin aksine, kitlesel tüketim çağı, üretim yöntemlerindeki değişiklikler, pazar olgusunun çeşitlenmesi ve daha geniş bir ürün yelpazesine yönelik tüketici talebinin oluşması, genellikle daha geniş bir seçenek yelpazesini mümkün kılmıştır. 1960'lı yıllardan sonra sadece genç kuşaklar için değil orta yaşlılar ve yaşlılar için de durum bundan ibaret olmuştur. Burada Stuart ve Elizabeth Ewen'nun (1982: 51) “Arzu Rotaları” başlıklı çalışmalarında tüketim kültüründe yeni eğilimlerin ortaya çıkması hakkındaki görüşleri akla gelmektedir. Adı geçen yazarlara göre artık yeni dünyada tek başına bir modadan bahsetmek mümkün değil belki modalardan bahsedilmelidir. Hiçbir kural söz konusu değil belki seçme hakları daha etkindir. Her kes başka herhangi birinin rolünde olabilmektedir. Uzun süredir devam eden ritüellerin ihlal edildiğini söylemek, tekdüzeliğe, anlamın kaybolmasına neden olacak kadar çok farklılığa karşı bir savaşın olduğunu söylemek ne kadar doğru olabilir? Böyle bir ifade, belirli grupların yaşam tarzlarının (kıyafet seçme hakkı, boş zaman etkinlikleri, tüketim ürünleri, makyaj vs.) uyumlu olduğu bir sosyal statüye sahip sabit grupların olmadığı bir topluma doğru ilerlediğimizi ima eder.

Bu konu, post modern tüketim kültürüne doğru açık bir hareketi anlatırken aynı zamanda belirli sosyal sektörlerle ilgili bir sistem biçiminde nihai olarak sabitlenemeyen veya sınıflandırılmayan bilgi bolluğu ve görüntülerin yayılmasını da vurgular. Bu bariz hareket, sosyal sektörler arasındaki bağlantı eksikliğini ve nihayet bu sosyal sektörlerin önemli bir referans noktası olarak sona ermesini ifade etmektedir. Aslında toplum ve kültür arasındaki bu deterministik ilişkinin sonu, sembol üretme kültürünün zaferinin habercisidir. Bireyler tarafından kültürel göstergeler olarak kullanılan tüketim ürünleri, benzer göstergelerin hızla kaybolduğu bir toplumsal bağlamda anlamlı bir etki yaratabilir mi, yoksa kişisel zevk hala zevkleri sınıflandıranın özelliklerini temsil

ediyor mu (sınıflandırıcıyı sınıflandırıyor mu)? Sorusu yaşam tarzının arkasında yaşam tarzımızın yöneten daha üst aklın olduğu gibisinden düşünceleri akla getirmektedir.

Yaşam tarzı kavramı, son yıllarda kültürel araştırmalar sosyolojisindeki en önemli açıklayıcı çerçevelerden biri olmuştur. Modern toplumların yaşamından ve batı kültür ve medeniyetinden etkilenen belirli kalıplar, yavaş yavaş yaşam ve davranışlara hâkim olmuştur. Bugün modern toplumlarda yeni çalışma koşulları, üretim, tüketim mallarının biriktirilmesi, daha fazla boş zamanın sağlanması vb. derin bir toplumsal ve kültürel dönüşümün işaretidir ve yeni koşullar çeşitli alanlarda yeni davranış kalıpları yaratmıştır. Günümüzde sosyal bilimler literatüründe yer alan yaşam tarzı kavramı, kültür, toplum, davranış, ahlak, inanç, kişilik, kimlik, sosyal sınıf, beğeni, ihtiyaç vb. birtakım kavramlarla yakından bağlantılıdır. Bu yaklaşımın sonucu, Batı kültüründen gelen belirli bir yaşam tarzını tanıtmaya, ilerletmeye ve istikrara kavuşturma çabası olacaktır (Garousi, 2012: 2).

Weber, yaşam şanslarını ve özellikle statü gruplarını tartışırken yaşam tarzını tartıştı. Şanslarla ilgili olarak, yaş, cinsiyet ve etnik köken gibi yaşam şanslarının, yaşam tarzı da dahil olmak üzere bir kişinin seçimleri üzerinde büyük etkisi olduğuna inanıyor. Ayrıca statü grupları ile ilgili olarak, statü grubunun sosyal açıdan herkesin saygı ve itibarına sahip olması ve kendine has bir yaşam tarzına sahip olması esas alınır ve bu özellikleriyle diğer gruplardan ayrılır. Weber genel olarak yaşam tarzının sosyal konumdan geldiğine ve farklı grupların farklı yaşam tarzlarına sahip olduğuna ve farklılıklarının tükettiklerinde yattığına inanır (Mahdavi, 2008 ve Fazeli, 2003).

Yaşam tarzı, bireylerin ve toplumun örf ve adetleri, nasıl beslenip giyineceği, davranışları, kültürü ve tüketim biçimi, konumlarının türü gibi birçok unsuru içerir. Bahsedilen unsurlar elbette ki bireylerin ve toplumun inanç ve değerleri ile ilgilidir. Yaşam tarzının toplumun inanç ve değerlerini yansıttığı söylenebilir. Bu anlamda yaşam tarzı, toplumun inanç ve değerlerine dair tüm bakış açısının bir aynası gibidir. Dolayısıyla bir toplumun insanların inançları ve değerleri değiştiğinde, yaşam tarzı da değişir ve yaşam tarzının değişmesi, onun inanç ve değerlerinin de değişmesine ve dönüşmesine neden olur. Bu esnada bir toplumun değerlere olan inancı değiştiğinde yaşam tarzı alanında meydana gelen değişimler kolaylıkla fark edilebilir. Ancak yaşam tarzı alanındaki kademeli değişiklikler ve bunun inançlar ve değerler üzerindeki etki süreci çok karmaşıktır.

Tüketim Kültürü

Tüketim ve tüketim toplumundan kaynaklanan yaşam tarzı genişlemesinin belirtilerinin incelenmesi, her zaman sosyal bilimlerin çeşitli dallarının odak noktası olmuştur. Tüketimcilik, tüketime özgünlük kazandırarak refahı ve maddi varlıkları hedeflemektedir. Başka bir deyişle, tüketicilik, ihtiyaçları ve arzuları tatmin etmek için malları kullanmak anlamına gelir. Bu eylem sadece maddi mal alımını değil, aynı zamanda hizmetleri de içerir. Modern toplumlarda tüketimcilik temel bir toplumsal faaliyet haline gelmiştir (Chambari ve Sabetimani, 2014).

Tüketim toplumsal yapıya, zamana ve kültüre göre değişen ve dönüşen toplumsal bir kategoridir. Modernleşme ve seri üretim sürecinin başlamasıyla birlikte tüketim faaliyetleri alanında da önemli değişimler meydana gelmiştir.

Tüketim kültürü terimini kullanmanın amacı, ürün dünyasını ve yapılandırılmış ilkelerin çağdaş toplumunu anlamak için temel öneme sahip olduğunu vurgulamaktır. Bu konu iki yönlü bir odaklanmayı gerektirir: ilk olarak, simgeleştirici ekonominin kültürel boyutunda ve temel ürünlerin yalnızca olanaklar olarak değil, "iletişim araçları" olarak kullanılmasında; İkinci olarak, simgeleştirici ekonominin kültürel boyutu, yaşam tarzı ve kültürel ürünler alanında faaliyet gösteren pazarlama, arz, talep, sermaye birikimi, rekabet ve tekel ilkeleri hakkındadır.

Tüketim kültürüne bakacak olursak, bazı kamusal ve akademik çevrelerde tüketim toplumlarında materyalizme yapılan vurgunun hiç de problemli olmadığı açıktır. Antropolojik açıdan temel mal ve ürünler, bunların mübadelesi ve tüketimi kültürel bir çerçeve içinde anlaşılması beklenir (Douglas, 1978). Elvert (1984), okuyucunun dikkatini ekonomik hayatın kültürel ön koşullarına çekmek için "istikrarlı ekonomi"den de söz etmektedir. Neo-Marksizm de, ürünlerin refah hizmetleri olarak kabul edildiği, değişim değerine sahip olduğu ve sabit bir insan ihtiyaçları sistemiyle ilişkili olabileceği görüşünden uzaklaşmıştır. Baudrillard'a göre, kapitalizmin etkisi altında değişim değerinin egemen olmasıyla metanın kullanımı ve orijinal doğal değişim değeri, Saussure'cü anlamda ihtiyaçların kendi anlamını rastgele belirlenen bir gösterge haline gelmesine yol açmıştır.

O halde tüketim, kullanım değerinin yani türün yararlılığının tüketimi olarak değil, öncelikle göstergelerin tüketimi olarak düşünülmelidir. Aynı şey, Krocke'ın (1985) Baudrillard'ı son ve en iyi Marksist olarak adlandırmasına yol açmıştır. Krocke'ın Baudrillard'ı "son ve en iyi Marksist" olarak tanımlamasına yol açan, istikrarsızlık alanının dalgalanan işaretlerden kayması gerçeğine yapılan göndermenin aynısıdır. Krocke'a göre Baudrillard, meta formunun mantığını, kendi içindeki "referans yanılısamasını" terk edecek kadar zorlamıştır.

Bir gösterge olarak ürünlerin bu etkisi, bazı neo-Marksistlerin çağdaş kapitalizmin yeniden üretiminde kültürün belirleyici rolünü vurgulamasına neden olmuştur. Örneğin Jameson (1981: 131), kültürü "tüketim toplumunun unsuru olduğunu ve hiçbir toplum bugüne kadar böylesi simgeler ve görüntülerle dolu olmamıştır diyerek açıklar. Büyük mağazaların ve şehir merkezlerinin ürün reklamı ve teşhiri, daha önce ayrı ayrı belirlenen anlamları kırmak ve yeni ve alışılmadık bir kelime kombinasyonu vermek için meta simgesinin mantığını kendi lehine kullanır ve pratikte ürünün ismini değiştirir. Gündelik ve maddi tüketim ürünleri, lükslük, nadir ürünler, güzellik ve romantik atmosferle birleşirken, asli ve faydalı işlevlerini anlamak her geçen gün daha da zorlaşır.

Baudrillard (1983), en son çalışmalarında okuyucuların dikkatini yeni kapitalist toplumda kitlesel elektronik medyanın temel rolüne çekmiştir. Televizyon, gerçeklik algımızı tehlikeye atan birçok görüntü ve bilgi üretir. Gösteriş kültürünün zaferi, göstergelerin ve imgelerin çoğalması gerçeklik ve fantezi arasındaki ayrımı bastırarak simüle edilmiş bir dünyayla sonuçlanır. Baudrillard'a (1983: 148) göre bu, "her yerde gerçekliğin estetik yanılsamasıyla çevrili bir dünyada yaşıyoruz" anlamına gelir.

Gerçeğe yol vermeyen toplumsalın ölümü, kalbin gerçeğe özlem duymasına neden olur: gerçek insanlara, gerçek değerlere ve gerçek cinsiyete aşırı bağlılık ve onları bulmak için çaresiz bir arayış içine girilir (Krocker, 1985: 80). Baudrillard'a göre tüketim kültürü, pratikte post modern bir kültürdür aynı zamanda tüm değerlerin yeni kriterlerle ölçüldüğü ve sanatın gerçeği aştığı sığ bir kültürdür.

Gerçeği süslemek ve güzelleştirmek, tarzın önemini ön plana çıkarır; bu konunun kendisi, sürekli moda, yeni stiller, duygular ve deneyimler arayışıyla modern pazarın dinamikleri tarafından teşvik edilmektedir. Anti-kültürel in daha önceki sanatsal anlamı modernizm biçiminde formüle edilmiştir, şöyle ki yaşam bir sanat eseridir veya olması gerekir işte bu yüzden daha geniş bir kabulle karşılanır. William Lees (1983), Kanada'daki reklamcılıkla ilgili incelemesinde, son elli yıl içinde (özellikle televizyonda), ürünler hakkında bilgi içeren reklamların yerini kaybeden bir yaşam tarzını tasvir eden reklamlara dönüştüğü bir değişime dikkat çekmiştir.

Yaşam tarzı ve yaşam tarzına ilişkin mevcut kaygı, tüketim ürünlerinin ve günlük yaşam deneyimlerinin tüketilmesi, planlanması, satın alınması, sergilenmesi eylemleri yalnızca değişim değeri ve çıkara dayalı rasyonel hesaplamalar üzerinden anlaşılmayacağını göstermektedir.

Yararlı ve anlamlı boyutlar birbirini dışlayan kutuplar olarak değil, tüketim kültürünün bir araya getirdiği dengeli konular olarak değerlendirilmelidir. Dolayısıyla bir düşünülmüş hedonizmden söz etmek mümkündür. Yani bir

tarafından bilişsel tarz ve duygusal ekonominin etkisi diğer taraftan ise çıkar sağlayan ve rasyonel işlevsel boyutu güzelleştirme mesafesini yükseltmek aracılığıyla süslemek demektir. Tüketim kültürünün yeni kahramanları, gelenek veya alışkanlık yoluyla gönüllü olarak bir yaşam tarzı seçmek yerine, yaşam tarzını hayatlarında bir projeye dönüştürür ve bireyselliklerini ve yaşam tarzını; fiziksel yapı, düzen ve görünüm, eşya, kıyafet, davranış, deneyimlerin gösterdiği özel nitelikte bulurlar.

Tüketim kültüründe modern insan, sadece giyimiyle değil, aynı zamanda evi, mobilyası, dekorasyonu, arabası ve zevkli ya da zevksiz sayılan diğer faaliyetleriyle de kendini ifade ettiğinin farkındadır. Bilişsel tarzın düzenine ve öz farkındalığına dayalı bir yaşam tarzı oluşturma kaygısı sadece gençlerde ve zenginlerde bulunmaz; tüketim kültürünün yaygınlığı, hepimizin kendini tanıtmaya ve ifade etme olanağına sahip olduğunu ve bunun yaşımız ve sınıfsal kökenimizle hiçbir ilgisi olmadığını belirtir. Bu ise ilişkilerinde ve deneyimlerinde her zaman en yeniyi ve en son modeli arayan kadın ve erkeklerin dünyası demektir. Bunlar, farklı yaşam seçeneklerini tam olarak keşfetme macera ve risk duygusuna sahip olanlardır; Sadece bir kez yaşadıklarının ve bundan zevk almak, onu tam anlamıyla deneyimlemek ve ifade etmek için çok çalışmaları gerektiğinin farkında olanlardır (Winship ve Featherstone, 1983: 193).

İnsanların ürünleri amaçları doğrultusunda kullanması reklam şirketleri tarafından kafalarına işlenmiş olan genel kitlenin tekdüze kültürel hayat bakış açısının aksine tüketim ürünlerinin anlamı ve uygulaması, yani deşifre süreci karmaşık ve zor bir konudur. Örneğin Raymond Williams (1963: 312) sınıflar arası insanların barınma, giyim ve boş zaman aktivitelerindeki benzerliklerin sınıf yapısını anlamak için önemli olmadığını ifade etmiştir. Aksine, farklı sınıfların farklı yaşam biçimleri ve tüketimin gerçekleştiği çerçeveyi oluşturan sosyal ilişkilerin doğası hakkında farklı görüşleri vardır. Tabii ki, benzerliklerin aşağıdaki nedenlerle sürekli olarak azaldığı belirtilmelidir: a) teknik kapasitelerin sürekli değişmesi, bu da ürünlerde büyük çeşitlilik ve üretim yollarında farklılaşma olasılığını yaratır, b) piyasanın her geçen gün çözülmesi. Aslında insanlar her geçen gün daha fazla farklı ürün tüketirler. Bu mesele Leiss'in de dediği gibi, reklamcılıktaki yaşam tarzları hakkında daha fazla hayal kurma eğilimiyle birleştiğinde reklam mesajlarının farklı algılanmasına neden olur. Sonuç olarak, tüketim kültürü her zaman vaat ettiği bireyselliği ve farklılıkları korumaya bir adım daha yaklaşabilmektedir.

Tüketim kültürünün, ayırma, farklılığın sunumunu teşvik etme eğilimi, farklılıkların toplumsal olarak tanınması ve meşrulaştırılması gerektiği düşüncesiyle yumuşatılmalıdır: Mutlak bireysellik gibi mutlak farklılık da anlaşılmaz hale gelme tehlikesiyle karşı karşıyadır. Simmel'in (1985) modanın

taklit ve farklılaşmadan kaynaklanan çelişkili eğilimleri formüle ettiğine dair gözlemleri ve modanın popülerliği ve gelişiminin kendi yıkımına yol açacak şekilde dinamikleri olduğu varsayımı, sosyal süreçleri dikkatlice incelememiz gerektiğini ima eder. Bu da tüketilecek ürünler ve yaşam tarzı konusunda zevk konusunu ortaya çıkarır. Ayrıca, stil ve bireysellik konusundaki bu kaygının, kendi özel beğeni kategorisini toplumun beğenisi olarak meşrulaştırma kaygısı taşıyan özel bir alt sınıfın arzusu olup olmadığı sorusunu gündeme getiriyorlar.

Bu hedefe ulaşmak için yaşam ve tüketim mallarında farklı tatların üretimine ağırlık vermeye devam edilmelidir. Fakat bütünlükçü bir açıklamadan aşağı doğru inildiğinde, sosyal, kültürel süreçleri ve kapitalizmin mantığını öne çıkaran bir bütünlükten aşağı inildiğinde farklı grup, sınıflar ve alt sınıfların kendi özel beğenilerini meşru beğeniler olarak kabul ettirmek için çabaladığı ve rekabet ettiği, böylece alanı adlandırdığı ve yeniden adlandırdığı, gerektiğinde sınıflandırdığı ve yeniden sınıflandırdığına gittikleri anlaşılacaktır. Bu konu, Pierre Bourdieu'nün çalışmasından alınan bir yaklaşımı benimseyerek kültürel ürünlerin ve yaşam tarzının ekonomisinin incelenmesini ifade eder.

Çağdaş Düşünürlerin Tüketime Yönelik Bakış Açıları

Baudrillard'a göre tüketimin sembolik değeri, tüketimin kendisinden daha önemlidir. Malların dünyası bir mesaj alışverişi dünyasıdır. Böyle bir durumda alıcı malları teşhir eder ve aktif olarak kendisi için bir kimlik duygusu oluşturur. Buna dayanarak, aktif bir tüketici anlayışına sahiptir. Daha da önemlisi, insanlar etnik, sınıfsal ya da cinsiyet kimliğine göre tüketmezler, alışverişi beğendikleri kimliği ifade etmek için kullanırlar. Batı kapitalizminde, "Ben kimim?" sorusu, bireyin işteki rolüne göre cevaplanabilecek bir sorudur ve aynı şekilde tüketim kalıplarına göre de cevaplanabilir. Baudrillard'a göre tüketim dürtüsü çok önemlidir. Arzu, onun bu alandaki merkezi kavramıdır. Maddi ihtiyaçları karşılamak, modern tüketiciliğin itici gücü değildir. Tüketim hayal gücü ve tüketiciliği yaratan bu hayal gücünü tatmin etme arzusudur. Tüketim fantezisi asla bitmediğine göre, tüketiciliğin de sonu yoktur (Baudrillard, 2015).

Eleştirel bir bakış açısıyla tüketimin olumsuz yönlerine ve onun talihsiz sonuçlarına dikkat çeken teorilerin kökleri, açıkça Marx'ın mal putperestliği hakkındaki görüşlerinden kaynaklanmaktadır. Marx'a göre kapitalist bir toplumda insan, daha derin gerçeklikle uğraşmak yerine, metanın görünüşünü ilke edinir ve bunun hayatı anlamının temeli olduğunu düşünür ve bunun sonucunda gerçek ilişkiler kuramaz. Bu nedenle tüketimin, insanın kendine yabancılaşmasını arttırmaya hizmet ettiği düşünülmektedir. Bu yaklaşım, Lukács, Adorno ve Marcuse gibi eleştirel teorisyenlerin görüşlerinde genişletilmiştir. Bu açıdan bakıldığında tüketim, kapitalizmin devamı için çok

temel bir bileşendir ve kapitalizm, reklamlar yardımıyla ve insanları olabildiğince çok tüketmeye ayartarak ve ikna ederek varlığını sürdürmeye çalışır. Bu görüşe göre, tüketicilik ideolojisi, hayatta kalmak için gerekli olmayan ve yalnızca bir baskı ve sosyal kontrol biçimi olarak hareket eden sahte ihtiyaçlar yaratır (Rabii ve Rafie, 2016: 148).

Veblen tüketimi tartışırken, zengin sınıftan bahsediyor ve bu sınıfın zenginliği ve sosyal statüsünün gösterişli bir tüketime yol açtığına inanıyor, bu sınıfın üyeleri sadece gösterişli bir yönü olan etkileyici bir tüketimle konumlarını kullandılar. Kendilerini ve sınıflarını diğerlerinden ayırır, kendilerine daha yüksek değer biçerler ve kendi davranış ve tüketim biçimlerini moda olarak başkalarına empoze ederler (Veblen, 2000: 36).

Simmel, tüketim ve modayı toplumsal farklılaşma kavramı üzerinden açıklamaktadır. Modernite ve onun gelişimlerinin insanlar için yeni bir bireysellik ve kimlik yarattığını ancak bu bireyselliğin toplumun sınırlamalarına ve baskılarına tabi olduğunu belirtir. Tüketimcilik ve farklı ve yenilikçi modaya yönelmek, bu sınırlamaları aşmanın yollarından biridir.

Tüketim Ürünlerinin Ekonomisi ve Yaşam Tarzının Sosyal Alanı

Öncelikle şunu belirtmeliyim ki, tüketim ürünlerinin ekonomisinden bahsederken, bu hiçbir şekilde ürün ve yaşam biçimlerinin üretimini ekonomiye aktaran ayrılıkçılığı değil, Bourdieu'nün belirli varlıkların özerkliğini kabul eden yaklaşımına atıfta bulunmaktadır. Eylemler, belirli bir bağlamda rol oynayan ve ekonomi ile uyumlu bir şekilde hareket eden organizasyonun iç dinamikleri, ilke ve süreçleri açısından anlaşılması gerektiğidir.

Bu bakış açısına daha objektif yaklaşmak ve yaşam tarzlarının analizini tanıtmak için Bourdieu'nün "Farklılaşma" (1984) kitabını incelemekte fayda var. Bourdieu'ye göre kültürel ürünlerde beğeni bir sınıf göstergesi rolü oynar ve bu kitabında Bourdieu yüksek kültürel düzeydeki yasal eylemlerde farklı zevklerin sosyal bağlamı (müzeyi ziyaret etmek- konsere gitmek - okumak) farklı beğenilerin toplumsal bağlamını anlamaya çalışır. Aynı zamanda beğeni bağlamının yanı sıra yaşam tarzlarının ve tüketim tercihlerini (yiyecek, içecek, giysi, araba, roman, gazete, dergi, tatil, hobi, spor ve boş zaman etkinlikleri dahil) belirlemeye çalışır. Bu nedenle, kültür yüksek anlamı ve antropolojik anlamıyla, her ikisi de aynı toplumsal alanda rol oynar. Ancak beğenin karşıtlıkları ve göreceli belirleyiciliği, yaşam tarzı alanı sınıf ve meslek yapısı haritasına yerleştirildiğinde daha da netleşir. Bu sınıf yapısının temel inşaa ilkesi, grupların sahip olduğu sermayenin profesyonelliği, kapasitesi ve bileşimidir (ekonomik veya kültürel). Ekonomik sermayesi büyük olanların (fabrika sahipleri, işletme sahipleri) iş yerinde yemek yeme, yabancı arabalara binme, müzayedeler, ikinci

bir ev sahibi olma, tenis, su kayağı, deniz manzaralı balkonlarda yaşama gibi yaşam tarzları var. Kültürel sermayesi fazla olanlar (yüksek öğretim öğretmenleri, sanat üreticileri, ortaokul öğretmenleri) avangart festivaller, yabancı diller, satranç, bit pazarları, bahçeler ve dağlarla ilgileniyorlar. Hem ekonomik hem de kültürel olarak dipte olanlar (yarı vasıflı, vasıflı, vasıfsız işçiler) futbol, patates, normal kırmızı şarap, spor seyretmek, kamusal alanlarda dans etmek gibi aktivitelere ilgi duyarlar.

Tüketim kültürü dinamiklerinin yol açtığı sorunlardan biri de enflasyon veya yeni beğenilerin sıradanlaşmasıdır. Alt sınıf grupları, üst grupların beğenilerini aştığında veya sahiplendiğinde, böylece üst grupların, başlangıçtaki sınıf farkını yeniden yaratan ve sürdüren yeni beğeniler seçerek tepki vermesine neden olur. (Örneğin, büyük satışlarda, William Tell'in operasını veya Marks ve Spencer gibi mağazalarda nispeten ucuz bir şampanyanın piyasaya sürülmesi olabilir, bu da kaçınılmaz olarak üst düzey grupların daha avangart ürünlere yöneldiği anlamına gelir. Nadir bulunan yeni müzik ürünlerine ya da üzüm şampanyası içmek gibi alternatiflere gidilir) bu nedenle, baskın gruplar, William Lees'in (1983) "konumsal ürünler" dediği, arzlarına suni bir kıtlık empoze edildiği için iyi bir imajı olan ürünleri elde etmeye veya yaratmaya çalışır.

Bu nedenle yaşam tarzı ve kültürel mal beğenisinin ortaya çıkışını ekonomik olduğu kadar kültürel sermayenin elde edilmesi açısından da tartışmak yerinde olacaktır.

Yalnızca gelir açısından bir beğeni haritası çizmeye çalışmak, eylemdeki ikili ilkelere dikkat etmemektir, çünkü kültürel sermayenin kendi değer yapısı vardır ve bu, gelir veya paradan bağımsız olarak, toplumsal bir güce dönüşme kabiliyetiyle eşdeğerdir. Bu nedenle, mantık ve revaçtaki paranın kültürel alanı ekonomik sermayeye dönüşebilir. Büyük miktarda kültürel sermayeye sahip olanlar, yani entelektüeller ve akademisyenler için, bu kültürel sermayenin imajı, meşruiyeti, göreceli enderliği ve bunun sonucunda toplumsal değeri, pazarın bu kültürel mallara yönelik kabul görmemesi ve Kültür varlıklarının vesilesiyle kabul edilmemesi ve gerekliliği ekonomik ürüne dönüştürülmesine bağlıdır.

Bourdieu, farklılaşma adlı kitabının (1984: 359) bir bölümünde küçük burjuvaziye, yani sembolik mal ve hizmetler sağlayan kültürel aracıları analiz eder. Satış, reklamcılık, halkla ilişkiler, radyo ve televizyon yapımcıları ve sunucuları, dergi muhabirleri, moda yazarları, yardımcı meslekler (sosyal hizmet uzmanları, evlilik danışmanları, cinsel sorun terapistleri, beslenme uzmanları, kariyer danışmanlığı, pediatrik tıbbi konsültasyon gibi mesleklerin bu alt kategorisi, gençlik orkestra şefleri, tiyatro şefleri, danışmanlar ve ayrıca hemşireler ve zanaatkarlar gibi bazı resmi meslekler) oluşturulmuştur. Bu alt sınıf hakkında söylenmesi gereken en önemli şey, toplumsal alanda artan yörüngesidir.

Aksine emek sektöründe meydana gelen değişimler nedeniyle sayıları azalan ve bu nedenle dünyaya olumsuz ve pişman olma eğiliminde olan köylü ve çiftçi gibi grupların sayısı azalmakta ve yeni küçük burjuvazinin sayısı azalmakta bu yüzden gelişen bir dünya görüşüne sahiptirler. Bourdieu, küçük burjuvaziyi bir burjuvazi olmak için küçülen işçi sınıfı olarak görür. Genellikle kültürel ve eğitim alanlarına yatırım yaparlar. Küçük burjuvazi, eski küçük burjuvaziden ve işçi sınıfından kendini ayırır, bu ayrışma, küçük burjuvazinin en basit aristokratik özelliklere (üslup, farklılık, incelik) çekici gelmesinden, anlamlı ve özgür yaşam tarzları peşinde koşmasından kaynaklanır.

Burada, Bourdieu'ye göre, alışkanlık kavramı, zevkleri belirleyen ve bu tabakanın karakteristiği olan görünüm durumları kümesini özetlemek için tasarlanmıştır. Bourdieu, kültürel mal ve davranışlarda -sanat, yemek, tatil, eğlence vb.- beğenisinin doğruluğu ve geçerliliği anlamında görülen bilinçsiz düzen ve düzenleme alışkanlığını, hiyerarşik şemaları, açık ve kesin tercihleri ifade eder.

Alışkanlığın yalnızca gündelik meselelerin bilgi düzeyinde işe yaramadığını belki hatta aşağıdaki konularda ortaya çıkan bedende damgalanmıştır: Vücudun büyüklüğü, hacmi, şekli ve duruşu, yürüme ve oturma şekli, yeme içme şekli, kişinin talep etmeye hak kazandığı alan ve sosyal zamanın miktarı, sahip olduğu saygının miktarı. Bedeni, sesinin perdesi, sesin tonu ve aksanı, konuşma kalıplarının karmaşıklığı, vücut hareketleri, yüz ifadeleri, kişinin bedeniyle olan rahatlık duygusu ve tüm bunlar, kişinin soyundan gelen alışkanlıkları ortaya çıkarır. Tek kelimeyle, beden, sınıfın beğenisinin tezahürüdür: sınıfın beğenisi cisimleşmiştir. Her grubun, sınıfın ve alt sınıfın farklı bir alışkanlığı vardır, bu nedenle, farklılıklar kümesi, ayrımların kaynağı ve beğenin önemsizliği, toplumsal arka planla özdeşleşebilir. Aslında, daha önce bahsedilen yaşam tarzları ve sınıfsal ya da profesyonel sermaye alanına yerleştirilen üçüncü bir ağ oluşturur.

Bu nedenle, yeni burjuva hayatta öğrenme tarzını benimser; Zevk, stil ve yaşam tarzı alanında bilinçli olarak kendini yetiştirir. "Neden kendi pastamı alıp yiyemiyorum" tavrıyla karakterize edilen bu yaşam yaklaşımı, güvenlik ve macera arar. İnsanların erişilebilir duyguların sınırlarını maksimize etmeye ve deneyimlemeye, ifade ve kendini ifade etmeye, kimlik, sunum ve görünüşle aldatmaya yöneldiği yeni narsizm, küçük burjuvayı doğal bir tüketiciye dönüştürüyor.

Değerlendirme

Batı'da dini reformlar, bilimsel devrim, aydınlanma, Fransız Devrimi, toplumsal iş bölümü, sanayi devrimi ve kapitalist sistem gibi değişim ve süreçler

ekonomiki toplumsal, siyasal ve kültürel alanlarda ciddi ve büyük dönüşümlere neden olmuştur. Başka bir deyişle modernizasyon bu coğrafyada yaşam tarzını değiştirmiştir. Bu değişim ve dönüşümler Batı coğrafyasıyla sınırlı kalmamıştır ve etkilerini tüm dünyaya yaymıştır. Modernite zamanla diğer ülkelere de girerek toplumların yaşam tarzlarını sorgulamaya başlamıştır. Genel olarak, bazı düşünürler yaşam tarzlarının çeşitliliğini modernizmin bir ürünü olarak görmektedir. Çünkü modernizm, insanları geleneğin onlara sağladığı sınırlı seçeneklerden kurtarır. Postmodernizmdeki değişim hızı ve seçeneklerin çeşitliliği modernizmden bile fazladır.

Sosyo-ekonomik bir fenomen olarak tüketimin kökleri yeni endüstriyel toplumda yatmaktadır. Tüketimin ve tüketimciliğin yaygınlaşmasının sonuçlarından biri de tüketim toplumunun ortaya çıkmasıdır. Bu açıdan bakıldığında, geleneksel toplumu tüketim toplumundan ayıran şey, mal, mal ve hizmetlerin bolluğu ve büyük akışıdır. Yaşam tarzı, günlük yaşamın seçici hale gelmesiyle anlam kazanan bir kavram olduğundan, insanların yaşam planları arasında alternatiflerinin az olduğu geleneksel toplumlarda, çağdaş toplumda kişisel ve kişisel sorumluluğun önemi ve tüketim toplumunun ortaya çıkması nedeniyle bu şekilde. Yaşam, üretim ve istihdam geçmiş toplum yerine, seçme gücü artmıştır. Tüketim boşlukta anlaşılabilir bir kavram değildir, tüketim bir şeye yöneliktir ve insanın toplumsal ilişkileri içinde anlaşılmaktadır.

Kaynakça

1. Baudrillard, J. (1975). The mirror of production. St. Louis: Telos Press.
2. Baudrillard, Jean (1981) Towards a Critique of the Political economy of the Sign. St Louis: Telos Press.
3. Baudrillard, Jean (1983) Simulations. New York: Semiotext (e).
4. Bourdieu, Pierre (1971) 'Intellectual Field and Creative Project', in M. Young (ed.), knowledge and Control. Collier-Macmillan.
5. Bourdieu, Pierre (1990) 'The production of Belief: Contribution to an Economy of Symbolic Goods', Media, Culture and Society, 2 (3): 261.
6. Bourdieu, Pierre (1983) 'Conference Introductif'. Paris: INSEP.
7. Bourdieu, Pierre (1984) Distinction, trans, R. Nice. London: RKP.
8. Douglas, M. and Isherwood, B. (1978) The Word of Goods. Harmondsworth: Penguin.
9. Elias, N. and Scotson, J. (1965) The Established and the Outsider. London: Cass.
10. Ewen, E. and Ewen, S. (1982) channels of Desire. New York: McGraw-Hill.
11. Featherstone, M. (1982) 'The Body in Consumer Culture', Theory Culture & Society, 1 (2).
12. Featherstone, M. and Hepworth, M. (1983) 'The Midlife of George and Lynne', Theory Culture & Society, 1 (3).
13. Jameson, F. (1981) 'Reification and Mass Culture', Social Text, 1 (1).
14. Kroker, A. (1985) 'Baudrillard's Marx', Theory, Culture & Society, 2 (3).
15. Leiss, (1983) 'The Icons of the Market-place', Theory, Culture & Society, 1 (3).
16. Garousi, Saideh. (2012). Kerman şehrinde yaşayan kadınların cinsiyet tutumları ile yaşam tarzları arasındaki ilişkinin araştırılması, İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi Dergisi, sayı; 34 ve 35. Ss. 147-169.
17. Dinç, Aybike. (2021). Gündelik hayat ve Bağımlılık. Editör; Dolunay Şenol ve Gıyasettin Yıldız. Gündelik hayat Sosyolojisi. Nobel Yayınları. Ankara.
18. Veblen, T. (2000). Müreffeh Sınıf Teorisi, çeviren: Farhang Irshad, Tahrân: Ney Publishing

76. Bölüm

Dini Bağlamda Sorumlu Tüketim ve Tüketim Kültürü¹

Abdulvahap BAYDAŞ²
Sercan CENGİZ³

1 Bu çalışma Prof.Dr. Abdulvahap BAYDAŞ danışmanlığında Sercan CENGİZ tarafından hazırlanarak Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü tarafından kabul edilen "Dini İnanç Bağlamında Tüketici Bilinç Düzeyi İle Hedonik ve Sorumlu Tüketimin Belirlenmesine Yönelik Ampirik Bir Çalışma" isimli doktora tezinden türetilmiştir"

2 Prof. Dr. Düzce Üniversitesi İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü,
abdulvahapbaydas@duzce.edu.tr, Orcid: 0000-0001-2345-6789

3 Öğr. Gör. Dr. Harran Üniversitesi, Sosyal Bilimler MYO,
sercancengiz@harran.edu.tr, Orcid: 0000-0002-5906-1778

ÖZET

GİRİŞ

Kültür bileşenlerinden olan inanç bireyin yeme içmesinden, giyinmesine, çevre duyarlılığından sürdürülebilirliğe kadar hayatın her alanında etkili olmaktadır veya en azından öyle olması beklenmektedir. Ancak inancın tüketime yansımaları her zaman istenen düzeyde olmayabilmektedir. Bu durumun bir nedeni zamanla insan istek ve ihtiyaçlarında meydana gelen değişimler olabilir. Kimi zaman zorunlu ihtiyaçlar, kimi zaman da soyluluğu, zenginliği veya modayı gösterme isteği tüketime şekil vermiştir. Diğer bir nedeni ise teknolojik gelişmeler, ulaşım, haberleşme ve üretim imkânlarının artmasıyla beraber tüketimin daha soyut anlamlara (statü, haz vb.) bürünmesidir. Kapitalist sistem sadece ekonomik alanda değil hayatın hemen her alanında hatta değerler dünyasında bile etkisini hissettirmektedir. Bu sistem birbirinden gerek fiziksel mesafe olarak gerek kültür ve değerler olarak oldukça uzak olan farklı ülkelerin aynı zaman aralığında birbirine benzer kültürel, sosyal ve ekonomik taleplerin öne çıkarılmasına ve arzulanmasına yol açmıştır.

1. SORUMLU TÜKETİM

Tüketim temel olarak ihtiyaç ve isteklerin karşılanması için ürünlerin satın alınması, kullanılması ve elden çıkarılması süreci olarak ifade edilmektedir. Temelinde ihtiyaç veya isteklerin tatmin edilmesi varken hayatın her anında eylemin varlığı da söz konusu olabilmektedir (Odabaşı, 2013:15). Tüketim, bir yandan ihtiyaçlar piramidinde belirtilen fizyolojik, güvenlik, sosyal, saygı ve kendini gerçekleştirme için yapılan bir faaliyet iken diğer yandan kişisel değer, anlam ve statü kazandıran ve istenen öz imajı yansıtan sosyal bağlantı ile ilişkilendirilmektedir (Cherrier ve Murray, 2007:510).

Tüketim hayatta kalmak için bir gereklilik olmasının yanında sosyal, çevresel, kültürel, psikolojik, ekonomik, politik yaşam gibi birçok boyutu olan ve hayatın her alanında o kadar önemli bir rol oynuyor ki, bugün tarihin öncüsü haline gelmiştir (Miller, 2005:10). Ayrıca tüketim, farklı psikolojik, sosyal ve kurumsal ortamlardan kaynaklanan karmaşık bir güçler kümesiyle yönlendirilmektedir. Dolayısıyla, tüketim konularını anlamak ve ele almak, özellikle ekonomi, sosyoloji ve psikolojiden gelen girdilerle multidisipliner bir yaklaşım gerektirmektedir (Mont ve Plepys, 2008:536).

Tüketimin çevresel, sosyal ve ekonomik boyutları bulunmaktadır. Tüketimin çevresel boyutu, tüketimden kaynaklanan çevresel değişimin sağlık ve insan refahı sonuçları ile ilgilidir. Tüketimin sosyal boyutu, tüketicilerin kişisel refahı üzerindeki etkisi ile ilgilidir. Tüketimin ekonomik boyutu ise tüketimin borç yükü, kazanç baskıları ve iş-yaşam dengesi gibi finansal yönlerle ilişkili tüketicilerin ekonomik refahı üzerindeki etkisi ile ilgilidir. Ekonomideki baskın

görüşe göre tüketim, refah seviyesini ölçmede kullanılan en yaygın kıstaslardan biridir. Yani tüketim ne oranda yüksek olursa beklenen yaşam kalitesi de o oranda yüksek olmaktadır (Sheth vd., 2011:24).

Ekonomistler için önemli olan malın kullanımından ziyade satın alınmasıdır. Ekonomi genellikle piyasaların arz ve talep dengesini sağladığını varsayarak tüketimin detaylarını reddeder. Yani tüketici egemenliği olarak ifade edilebilecek satın alma ile ilgili temel tercihleri ve akıl yürütmeyi ortadan kaldırıp, bunun yerine fiyat, gelir ve tasarruflara odaklanmaktadır. Dolayısıyla tüketim ekonomik büyümenin itici güçlerinin başında gelmekte ve üretim sürecinin doğal bir refleksi olarak kabul edilmektedir (Warde, 2017:17). Artık tüketimdeki amaç ihtiyaçları aşarak bireylerin sosyal yaşamlarında güç, statü, haz, bir şeyleri tamamlamak, başarı ve başka diğer amaçlar gibi farklı anlamlar kazanmıştır. Dolayısıyla tüketim, karmaşık, aynı zamanda da çok değerli bir fenomen, ekonomik, sosyal, kültürel, tarihsel ve psikolojik süreç ve etkilerin bir tezahürü olarak düşünülmektedir (Dunn, 2008).

Tüketim kavramının önemi elbette ki yadsınamaz. Ancak önemli olan bir husus tüketimde ölçünün ne olacağıdır. Zira eleştirmenlerin “tüketim” kavramından kastettikleri, olması gereken değerini aşan anlamıdır. Yani asıl ihtiyaçları aşan kısımları tüketim olarak ifade edilmekte ve aşırılıkları birtakım maliyetler boyutunda eleştirilmektedir. Çünkü tüketimdeki değişim ve aşırılıkların elbette bazı maliyetleri olacaktır.

Diğer önemli bir husus ise bireylerin niçin aşırı tüketme ihtiyacı duyduklarıdır. Fromm (1995) modanın aşırı tüketimde önemli rol oynadığını ve bireylerin modası geçtiği için sürekli bir şeyler aldıklarını öne sürmektedir. Cohen ve Darian (2000) ile McCollough (2007) ise aşırı tüketim sorunu olarak tek kullanımlık ürünleri göstermektedirler. Çünkü satın alma, atma ve yeniden satın alma döngüsü, aşırı tüketime gitmenin diğer bir yoludur. Örneğin kâğıt peçeteler ve havlular, plastik ve köpük kaplar, tek kullanımlık tıraş bıçakları, çakmaklar ve çocuk bezleri gibi ürünlerin ana çekiciliği, kolaylık ve zaman tasarrufu ile düşük maliyetlerdir (Sheth vd., 2011:29). Ayrıca kalitesiz ve kullanışlılığı az olan ürünler de aşırı tüketime yol açmaktadır. Çünkü çabuk kırılabilen veya bozulabilen ürünlerin eğer tamir maliyeti yüksek ise ya yenisinin satın alınmasını ya da başka bir ürünün satın alınması ihtiyacını doğurmaktadır (Hawken vd., 2013).

Veblen (2015) ise aşırı tüketimin sebebini gösterişçi tüketim olarak belirtmektedir. Başkalarını taklit etmek, onlara özenmek veya kendinden yüksek gelir grubundaki bireylere ayak uydurma saikiyle bireylerin aşırı tüketimde bulundukları belirtilmektedir. Burada sinema, reklam ve televizyon gibi medya türlerinin küreselleşmesi de oldukça etkili bir rol oynamaktadır.

Çünkü dünyanın en zengin toplumlarındaki bireylerin, özellikle de gençlerin maddeci yaşam biçimlerini yüceltme eğilimi, diğer toplumlardaki gençlerin tavır ve tüketim modelleri üzerinde oldukça etkili olmaktadır (Aydın, 2008:123).

Aşırı tüketimin başka bir sebebi de benlik veya özsaygı olabilir (Haugtvedt ve Kasmer, 2008:1044). Çünkü aşırı alım ve aşırı tüketim yapan bireyler elde ettikleri malları kullanmaktan dikkate değer bir anlam ve zevk almaktadır (Dittmar vd., 1996; Yurchisin ve Johnson, 2004). Diğer yandan aşırı tüketime bireyleri güdüleyen sebeplerden birisi ise dürtü satın alma konusunda yapılmış bir çalışmada “olumlu ruh hali” olarak belirlenmiştir. Aşırı satın alan ve böylece aşırı tüketim yapan bireyler, olumlu bir ruh hali durumunda olduklarında bir şeyler satın alma olasılığı daha yüksek olabilmektedir (Beatty ve Ferrell, 1998).

1.1. Tüketicinin Ekonomik ve Çevresel Maliyeti

Tüketici sınıfının fosil yakıtları kullanması sera gazı etkisi yapan karbondioksit salınımına neden olmaktadır. Yer kabuğundan mineraller, çiftliklerden hububat ve et, ormanlardan kereste, ırmak, göl ve diğer su kaynaklarından ise içme suyu temin edilmektedir. Gelişmekte olan ülkelerde yaşayan bir birey, gelişmemiş ülkelerde yaşayan bir bireye kıyasla ortalama 10 kat enerji ve 3 kat içme suyu tüketmektedir. Ayrıca endüstrileşmiş toplumlardaki fazla tüketim ekolojik etkileri bakımından birçok olumsuzluğa yol açmaktadır. Örneğin ahşabı ve doğadaki diğer ürünleri fazlasıyla kullanma isteği tropikal yağmur ormanlarındaki birçok canlı türünü yok etmektedir (Durning, 1998:85).

Küresel iklim değişikliği, kutup bölgelerindeki kar ve buzların erimesinden dolayı okyanus seviyelerinin yükselmesine, dünya genelinde kıtlıklara ve ekosistemin tahrip edilmesinin bir sonucu olarak da gezegenin ve canlıların varlığı için ciddi tehditlere yol açmaktadır (Des Jardins, 2012:4). Öte yandan, ısı yükselmekte, iklimler değişmekte, yağışların düzeni bozulmakta, yeşil alanlar azalmakta, ormanlar, meralar ve gıda kaynakları yok olmaktadır. Yaşam kaynağı olan su kaynakları ya kurumakta ya da kirlenmektedir (Aydın, 2008:7).

Endüstrileşmiş ülkelerde yakılan yakıtlar, asit yağmurlarına neden olan sülfür ve azot oksitlerinin yaklaşık dörtte üçünü açığa çıkartmaktadır. Gelişmiş ülkelerin sanayilerinde yakılan yakıtlar azot ve sülfür ile asit yağmurlarının %75'ine sebep olmaktadır (Durning, 1998:86). Ancak endüstrileşmiş ülkelerdeki tüm fabrikalar için bu durum geçerli değildir. Diğer yandan bireylerin tüketiminin çevresel etkileri açısından sanayileşmiş ekonomilerde, olumsuz etkiler tüm ürünler için de geçerli olmamakta ve bazı ürün kategorilerini kapsamaktadır (Peattie ve Peattie, 2009:261).

Thurow (2001) da aşırı tüketimin çevresel zararlarına dikkat çekerek kayıpların ortadan kaldırılması veya en aza indirilmesi için tüketim harcamalarının kısılması gerektiğini belirtmektedir. Çevresel kirliliğin artışı nihayetinde sağlıklı ekonomik büyümeyi de olumsuz etkileyecektir. Çünkü artan kirliliği kontrol altına almak bu alana daha fazla kaynak aktarmak demektir. Bazı çevreler kirlilik kontrollerinin ekonomik büyümeyi düşüreceği ve yaşam standartlarını azaltacağı düşüncesiyle karşı çıkmaktadır. Kirlilik kontrolleri, kontrollerin maliyetleri temiz bir çevrenin faydalarından daha büyükse yaşam standardını düşürülebilir, ancak verimli bir kontrol seti, gerçek büyüme oranını artıracaktır. Eğer kirliliği azaltma maliyetleri yanlış istatistiki verilerle öne çıkarılırsa elbette ki temiz bir çevrenin faydaları gözden kaçabilecektir. Ayrıca kirlilik kontrollerinin faydaları, temiz bir çevreye atfedilen değere de bağlıdır (Thurow, 2001:107). Çevresel açıdan hayatın asıl amacı ekonomik büyümeyi, özellikle de sağlıklı ekonomik büyümeyi sağlamak değil, insanca bir çevrede yaşamaktır (Varey, 2010:114).

Ekolojik çöküşün sebepleri arasında çok fazla oranda artan tüketimin yanı sıra artan nüfus da gösterilmektedir (Durning, 1998). Hızla büyüyen insan nüfusunun oluşturacağı olumsuzlukların gerekli tedbirlerin alınmaması ve çevresel bilincin istenen seviyeye ulaşmaması durumunda daha da artacağı aşîkârdır. Dünya nüfusu hızla arttığından tüketimi de arttıracaktır. Kişisel tüketimdeki artış, küresel çevreyi olumsuz olarak etkileyen en büyük etkenler arasında gösterilmektedir (Matušík ve Kočí, 2019:178).

Aşırı tüketim işletmeler açısından da sakıncalıdır. Çünkü bir yandan çevresel, sosyal ve pazarlama faaliyetlerine dair maliyetleri arttırmakta, diğer yandan ise borç alacak dengesini bozarak işletmelere zarar vermektedir (Sheth vd., 2011). Neoklasik ekonomik düşüncenin sınırsızlığının ve ekolojik sistem düşüncesinin sınırlamasının farkı, kanserli büyüme ile organik büyüme arasındaki farka benzemektedir. Nüfus artışı (daha fazla insan) ve daha pahalı kaynaklar (memnuniyet kıtlığı yerine kaynak kıtlığı) gibi zamanlarda, daha fazla tüketici harcaması için daha fazla gelire ihtiyaç duyulmaktadır. Geliri arttırmak için de her şeyin daha fazlasına mecbur kalınmaktadır (Varey, 2010:113). Artan tüketim ulusal çapta ülke ekonomilerinin gelişmesi için evrensel olarak her ne kadar iyi görölmekteyse de çevresel tahribatı hesaba katıldığında durum değişmektedir. “Daha fazla”nın “daha iyi” anlamına gelmediği ve bunun bu şekilde kavranamaması durumunda ekolojik çöküntüyü önleme yolundaki çabaların, arzular tarafından alt edileceği kaçınılmaz olacaktır (Durning, 1998:28).

1.2. Tüketimin Bireysel Maliyeti

Bauman (2011) tüketim yoluyla bir şeylere sahip olmanın mutluluk getireceği inancının yaygın olmakla beraber yanlışlığını dile getirmektedir. Süslü mağazalar aracılığıyla bir mutluluk vaadi sunulmakta ise de zımni olarak aslında bir kâr gütmeye amacı bulunmaktadır. Sürekli tüketim temeline dayalı olarak üretim yapan işletmelerin tüketicinin tüketimde aradığı mutluluğu ona tam anlamıyla tattırması bir çelişkidir. Bireysel açıdan aşırı tüketimle mutlu olma hayali kuran bireylerin, bu hayallerine kavuşmalarının yani zirve noktasına ulaşmalarının işletmelerin sonunu getireceği dolayısıyla böyle bir hayalin hiçbir zaman tam anlamıyla gerçekleşmeyeceği unutulmamalıdır. Tüketimden elde edilen mutluluğun nirvanaya ulaşması durumunda tekrar satın alımların olması çok zordur, belki de imkânsızdır. Tüketicinin bu yarışta sürekli takipte olması gerektiği şeklinde düzen kurulmuştur. Dolayısıyla tüketerek mutlu olma anlayışının yanlış olduğu ve bu uğurda sarf edilen çabaların pek de işe yaramadığı bir gerçektir (Fromm, 1995; Varey, 2010).

Tüketim konusunda toplumun değerlerine nüfuz eder bir hal alan endüstriye dayalı ülkelerde (Amerika ve Japonya gibi) yapılan kamuoyu yoklamaları tüketime atfedilen farklı anlamları da oraya çıkarmaktadır. Bazı çalışmalar, bireylerin başarıyı, ekseriyetle tüketim miktarıyla ölçtüklerini ortaya koymaktadır. Fakat bu ölçüt diğer bazı toplumlarca da taklit edilir bir hal almaktadır. Örneğin ultra zengin Amerikalıların yaşamlarını anlatan “Hanedan” isimli programı Polonyalıların büyük çoğunluğu en çok beğendikleri televizyon programı olarak görmektedirler. Afrikalı köylülerin bir kısmı ise petrol zengini Amerikalıların yaşamlarının gösterildiği “Dallas”ı izlemektedirler. Medya gibi araçlar kullanılarak topluma nüfuz etmenin bu türden örnekleri çoğaltılabilir. Dolayısıyla dünyanın çok az sayıda ülkesindeki tüketim çılgını yaşam tarzları, dünyanın birçok yerindeki bireylerce imkânları elverdikçe taklit edilmektedir. Fakat birçok insanın buna gücünün yetmediği de bir gerçektir. İnsanlar tarafından anlaşılmak istenmeyen nokta ise aslında bu ekonomik hatadır (Durning, 1998).

Bazı çalışmalarda ise aşırı tüketimin kişide atalet, mutsuzluk, endişe ve kendine güvensizlik gibi birtakım olumsuzluklara sebebiyet verdiğine dair bulgular vardır (Sheth vd., 2011). Aşırı tüketim seviyesine, bir yerden sonra hem ekonominin sağlığı hem de bireyin mali sağlığı açısından zararlı olan yüksek borç ve düşük tasarruf seviyeleri eşlik etmektedir (Roach, 2008). Nitekim fazla tüketmenin ve büyüyen bir ekonominin herkes için beklenen refahı getirmediği ortaya çıkmıştır. Ayrıca orta sınıfta bulunan ailelerde borçlanmayı arttırdığı saptanmıştır. Diğer yandan daha çok para kazanma hırsı bireyleri daha fazla süreli çalışmak zorunda bırakmakta ve bu durum ise

bireylerin hem boş zamanlarını azaltmakta hem de ekonomik güvensizliklerini artırmaktadır (Schor, 1992 akt: Brown ve Vergraght, 2016:4).

2. SORUMLU TÜKETİMİN MOTİVASYONLARI

Aşırı tüketimin pek çok olumsuzluğu olduğundan, alternatif tüketim şekillerine ihtiyaç duyulmaktadır. Yazında en önemli alternatif; sürdürülebilir, bilinçli ve sade yaşam tüketim biçimleri ön plana çıkmaktadır. Sürdürülebilir tüketimin toplumda yerleşmesi için ilk olarak tüketici davranışlarının sürdürülebilir tüketime yönlendirilmesi, ikinci olarak da tüketim miktarının azaltılması gerekmektedir. Söz konusu seçeneklerin uygulamada benimsenmesi oldukça güç görünmektedir. Alışkanlıklar gibi bazı psikolojik dürtüler, nispeten kısa sürede eğitimle şekillenebilirken, bazıları kanunlarla, bazıları ise sosyo-kültürel bağlamda ele alınmalı ve toplumsal baskılarla şekillenebilmektedir (Mont ve Plepys, 2008:536). Diğer yandan tüketicilerin bilinçlenmesi ve bilinçli tüketici kuruluşları da bireyleri çevreyi korumaya yöneltmiştir (Baydaş, Aktaş ve Yaşar, 2020:319).

Tüketim, tüketim davranışını çevreleyen tutum, değer ve beklentilere ilişkin zihniyetin somut bir yönüne sahiptir. Tutum ve değerler tüketimle ilgili seçimleri etkilemekte, tüketimden gelen etkinin nasıl yorumlandığını belirlemekte ve tüketim olasılığını arttırmakta veya azaltmaktadır. Aşırı tüketim problemiyle etkili bir şekilde baş edebilmek için hem zihniyetin hem de davranışın değişmesi gerekmektedir. Bu değişiklik, sorumlu tüketimin telkin edilmesiyle ortaya çıkabilir (Sheth vd., 2011:28). Tüketimde sorumlu davranışların desteklenmesi bir yandan ulusal ve uluslararası politikaların uygulanması ve tüketici davranışlarını daha çevreci bir şekilde değiştirmelerini olanaklı kılmaktadır. Ayrıca satın alma güçleri vasıtasıyla işletmelerin daha çevreci ve daha sorumlu olmaya yönlendirme güçleri olduğunu göstermeleri açısından dikkate değer bir motivasyondur (d'Astous ve Legendre, 2009). Tüketimde sorumlu davranışları pekiştirmek ve tüketim sorunları ile başa çıkmak, sürdürülebilir kalkınma, sosyo-ekonomik hedefler ve siyasi gündemlerin dengelenmesini ve hükümet, işletmeler ve özel tüketicilerin uyumlu bir uluslararası eylemini gerektirmektedir (Mont ve Plepys, 2008:536).

Nüfus artışı ve artan tüketimle beraber ortaya çıkan ekolojik zararların farkında olan tüketicilerinin bir kısmı, duydukları endişeyi dile getirmekte ve kısmen kendilerinin bu duruma sebep olduklarını kabul etmektedirler (Wells vd., 2011:828). Dolayısıyla tüketiciler, aşırı tüketimin bireysel, ekonomik, çevresel vb. olumsuzlukların farkındalar ve sorumlu tüketimin birçok boyutuna karşı sorumlu tüketimin çeşitli biçimleriyle giderek daha fazla ilgilenmektedirler. Sosyal, çevresel ve/veya etik konularda artan farkındalığın

sonucu olarak kendilerini sorumlu tüketici olarak tanımlayan tüketicilerin sayısı da giderek artmaktadır (Schrader, 2007).

Tüketicilerin sorumlu tüketim bilinciyle daha fazla sorumlu davranmaları beklenmekte ise de istenen seviyeye henüz ulaşılmaması, devlet politikaları veya gerekli eğitim ve bilinçlendirme faaliyetlerindeki eksiklikler neden olmaktadır. Ayrıca ek bir çaba, zaman ve ücret gerektiren faaliyetler ve sebep olduğu düşünülen konfor kaybı gibi nedenlerle tüketiciler, alışkın oldukları yaşam standartlarını terk etmekte zorlanmaları sorumlu tüketim davranışlarının toplum olarak benimsenmesini zorlaştırmaktadır (Kollmuss ve Agyeman, 2002:252).

Tüketiciler, tüketimin sosyal, çevresel ve diğer konulardaki önemini olumlu ve yoğun olarak algıladıklarında sorumluluk kimlikleri belirgin hale gelmektedir. Sorumlu kimlik belirgin olduğunda ise sorumlu kimlikle tutarlı tutum ve davranışlar öne çıkmaktadır. Dolayısıyla sorumluluk, tutum ve davranışların önemli bir belirleyicisi ve boyutu haline gelmektedir. Tüketimin ve özellikle de aşırı tüketimin olumsuzluklarına karşı bireyde oluşan sorumluluk duygusu sosyal bir kimliğe dönüşünce daha anlamlı hale gelmektedir. Çünkü sosyal kimlik, tüketicinin karar vermesinde yararlı tutumları tetikleyebilmektedir (Reed, 2002:255). Örneğin, uluslararası kalkınma politikalarını, dünya pazarlarındaki emtia fiyatlarını ve ulusal çevre ve vergi politikalarını etkileyen davranışlar, çevreyi doğrudan değiştiren davranışlardan dolaylı olarak daha fazla çevresel etkiye sahip olabilmektedir (Stern, 2000:408).

Aşırı tüketimin olumsuzluklarına karşı farkındalık oluşturmak için çeşitli etkinlikler yapan sivil toplum kuruluşlarının yanı sıra kamu kurumlarının uygulayacakları ekonomik ve politik önlem ve işletmeler tarafından sunulan yeşil ve sosyal sorumlu seçeneklerle de sorumlu tüketim bilincinin pekişmesi gayet mümkündür. Yani tüketicinin sorumlu tüketim davranışını kazanması eğitimin yanı sıra sivil toplum kuruluşları, devlet ve işletme politikalarına da bağlıdır. Sorumlu tüketim konusunda yapılan çalışmalara bakıldığında sorumlu davranış olarak nitelendirilebilecek birçok eylem vardır. Sorumlu tüketim ana teması altında işlenen her eğilim, niyet, tutum ve davranış aslında bireylerin tüketimlerinin kendilerine, bugün yaşayan ve gelecekte yaşayacak bireylere, diğer tüm canlılara ve doğaya mevcut ve olası zararlarını göz önünde bulunduran ve bu zararlı etkileri azaltıcı çabalar bütününden oluşmaktadır. Bu eylemlerin her birinin motivasyonları aynı olmayabiliyor. Bazıları durağan iken bazıları şartlara göre değişebilmektedir. Dolayısıyla da tutum, niyet ve davranışlarda tutarsızlıklar ortaya çıkmakta ve sorumlu tüketim davranışının daha fazla incelenmesini gerekli kılmaktadır (Dursun vd., 2016:12). Özellikle de tüketimin çevresel zararları konusunda çevresel niyet ve çevresel etki

arasındaki olası tutarsızlık, insan davranışlarının çevresel önemi hakkındaki inançlarının doğası ve belirleyicileri hakkında önemli araştırma sorularını gündeme getirmektedir (Stern, 2000; Baydaş ve Berdibek, 2020; Baydaş, Aktaş ve Yaşar, 2020; Baydaş, Ata ve Duru, 2021).

Literatürde tüketimin farklı aşama ve motivasyonlarından kaynaklı olarak çeşitli eylemleri kapsayan ve sorumlu tüketimin ana teması altında incelenebilecek bazı kavramlar: bilinçli tüketim (Ellen vd.,1991), sosyal sorumlu tüketim (Roberts, 1995) anlamlı tüketim (Stern, 2000), sürdürülebilir tüketim (Cohen 2007; Karalar ve Kiracı, 2011), etik tüketim (Gulyás, 2008), bencil olmayan tüketim (Peattie, 2012), deneyimsel sorumlu tüketim (Ulusoy, 2015), düşünceli tüketim (Sheth vd., 2011; Raymaekers ve Avila, 2018), tüketmemek, niceliksel anlamda tüketimin azaltılması ve mümkün mertebe en az ekolojik etkisi olan ürünlerin tüketilmesi (Hansen ve Schrader, 1997) şekilde sıralanabilmektedir.

2.1. Anti-Tüketim (Tüketmemek)

Bireyin kendisine, diğer insanlara ve doğaya zararlı ürünleri kullanmaması veya kaçınmasıdır. Örneğin çevreye zararlı malzemeleri kullanmamak, suyu ihtiyacından fazla kullanmamak, ekmeği israf etmemek gibisinden örnekler çoğaltılabilir. Anti-tüketim, yalnızca tüketici faaliyetlerinde genel bir düşüşü yansıtmakla kalmaz, aynı zamanda belirli ürünlere veya markalara yönelik de hedeflenebilir (Craig-Lees ve Hill, 2006; akt: Iyer ve Muncy, 2009:160).

Anti-tüketim her ne kadar ürün / markadan kaçınma nedenlerine odaklansa da tüketim karşıtı uygulamalar, aslında sürdürülebilir yaşam tarzlarının unsurları olduğunu göstermektedir. Vadedilen saadeti getirmeyen ve doyumsuzluğu sürekli artıran tüketime rağmen bazı tüketicilerin tüketmeme şeklinde bir tepkileri de varlığını göstermektedir. Tüketmeme anlayışında daha pahalı veya daha fazla eşya satın almakla mutlu olunamayacağı vurgulanmaktadır. Dahası kullanıcıya keyif veriyorsa ya da bir fayda sağlıyorsa o ürün satın alınmaya değerdir (Kuzu ve Özveren, 2011:63). Örneğin, siyasal tüketim çalışmalarında tüketicilerin belirli siyasi ideolojilerine cevap vermeyen marka ve ürünleri satın almamaları söylenebilir (Sandıkcı ve Ekici, 2009). Sürdürülebilirlik üzerine yapılan çalışmalarda, yeşil tüketiciler çevreye zararlı ürünleri satın almayı reddetmektedirler (Moisander, 2007). Ayrıca adil ticaret üzerine yapılan araştırmalarda, etik tüketiciler sosyal olarak sorumsuz işletmelerden gelen ürünleri reddetmektedirler (Ozcaglar vd., 2006; Baydaş ve Berdibek, 2020; Baydaş, Aktaş ve Yaşar, 2020; Baydaş, Ata ve Duru, 2021).

2.2. Boykot

Boykot, bir şirket veya ülkenin kabul edilmesi imkânsız davranışlarını değiştirme veya cezalandırma girişimidir (Memiş, 2018:210). Tüketici boykotu boyutunda ise bir veya daha fazla tarafın belirli hedeflere ulaşma girişimi olarak tanımlanmakta ve bireysel tüketicileri pazardaki satın almalarından kaçınmaya teşvik etmektedir (Friedman, 1985:97). Boykotlar tüketicileri belirli hedeflere ulaştırmak için teşvik etmekle beraber aynı zamanda ilgi çekici bir tüketici davranışı biçimidir. Scott'un (2008) tanımıyla "zayıfın silahı" olarak da tanımlamak mümkündür.

Tüketicilerin, boykotları caydırıcı bir unsur olarak kullanıp belirli bir hedefe ulaşmasının pek çok örneğine tarihsel süreçte rastlamak mümkündür. Ayrıca, bir tüketici gücü kaynağı/silahı ve işin sosyal kontrolü için bir mekanizma olduğu göz önüne alındığında, boykotların kamu politikası etkileri de vardır. Örneğin boykotçular, zaman zaman satın alımlarını politik ve sosyal hedeflere ulaşmak için kullanmaya teşvik etmektedirler (Dickinson ve Hollander, 1991:337). Tüketici aktivistleri bu tür hareketlerin tüketicilerin amaçlarına ulaşmaları bakımından genellikle dikkate değer biçimde etkili olduğu kısmıyla ilgilenmektedirler (Friedman, 1985:116).

Tüketiciler bazı ülkelerin eylemlerinden rahatsız olduklarında veya saldırgan eylemlerde bulunan bir ülkenin eylemlerinin başka ülkelere hoş karşılanmaması durumunda, o ülkeden ithal edilen ürünlerin pazarlama faaliyetlerini olumsuz etkilemesi ve tüketicilerce boykot edilmesi pek olasıdır. Tüketiciler boykot denen eylemle saldırgan faaliyetlerde bulunan ülkeyi cezalandıracağını ve ülkenin saldırgan politikalarını değiştireceğine inanmaktadır (Memiş, 2018:210).

Boykotlar tüketicinin elindeki silah olma özelliği bakımından elbette ki önemlidir. Çünkü tüketicilerin eline böyle bir silâhın geçmiş olması, etkin ve inandırıcı bir şekilde kullanılabildiğinde, toplam üretim sistemini istedikleri yöne yönlendirmelerine olanak vermektedir. Ancak boykotların gerçek anlamda etkili ve caydırıcı olması için bazı şartların oluşması gerektiği de unutulmamalıdır.

2.3. İdareli Tüketim ve Sade Tüketim

Gönüllü bir şekilde tüketimin azaltılması anlamında kullanılan idareli tüketim, özellikle kıtlık ve kriz zamanlarında teşvik edilen önemli değerlerden birisi olarak öne çıkmaktadır. Hatta kişisel borçların, doğal kaynakların azalması, iklim değişikliği ve çöplerin imhası konusundaki endişelerin artması sonucu idareli tüketim en çözümcül davranışlar arasında gösterilmektedir (Peattie, 2012).

Her şeyin fazlasının zararlı olduğu ve aşırı tüketimi frenleyerek kontrol altına alma gerekliliğine ekolojik dengenin bozulması verilebilecek en iyi örneklerden biridir. Ekolojik kaygılar bir yana, sağlık açısından en büyük problemlerinden birisi olan obezite bile her yönüyle aşırı tüketimin ne kadar yanlış olduğunu göstermektedir. Dünya genelinde kişi başı gıda tüketiminin en yüksek olduğu ABD’de insanların zayıflamak için yaptıkları rejim ve reçetelere milyarlarca dolarlık harcama yaptıkları bir gerçektir. Diğer taraftan açıklıktan ölen insanların olduğu da göz önünde bulundurulduğunda böyle bir dünya düzeninde yanlış giden bir şeyler olduğu gayet açık değil midir? (Durning, 1998).

“İdareli kullanmak”, “idareli tüketmek” veya “idare etmek” aslında ihtiyaçlardan tamamen vazgeçmek anlamına gelmemektedir. Bu durum zaman, mekân ve kişiye göre değişkenlik gösterse de aslında ‘ihtiyaç duyulan miktarla yetinmek’ anlayışıdır. Ekonomik krizlerin birçoğunun dünyanın sınırlı kaynakların aşırı kullanımı kaynaklandığından; idareli, israf etmeden ve gerektiği kadar kaynakları kullanmayı özendirmek bir zorunluluktur (Yıldırım, 2015:256). İdareli tüketmek ve sade yaşam tarzı bireyin hayat serüveninde içinde bulunduğu anı yaşamasına olanak tanımaktadır. Çünkü her istediğini almak için çabalayan birey farkında olmadan hayatını harcamaktadır. Yani harcarken harcanmakta veya tüketirken tükenmektedir.

2019 yılında küresel bir salgın galine gelen ve akabinde tüm dünyada pandemi ilan edilen Covid-19 hastalığında bireyler evlerine kapanmak zorunda kalmıştır. Daha önceki birçok alışkanlıklarını belli bir süre terk etmek zorunda kalmıştır. Bireyler özellikle tüketim çılgınlığı haline gelen bazı alışveriş alışkanlıklarını değiştirmek zorunda bırakmıştır. Tarhan (2020)’a göre *“Sadece Türkiye’de değil dünyada bolluk sendromu bulunmakta, bolluk sendromu insanı tatminsizliğe, doyumsuzluğa, aç gözlülüğe, daha çok harcamaya ve kazanmaya itmiştir. Şu anda özgürlükler kısıtlanmış, kısıtlanma sonucu bazı zevkler karşılanamaz duruma gelinmiştir. Birey isteklerini karşılayamadığında eskisi kadar haz alamamaya başlamış ve zorunlu bir şekilde birçok hazlarını terk etmek zorunda kalmıştır. Bu aslında psikolojik sağlamlıkla ilgili doyum erteleme dediğimiz bir durumdur. Şimdi bu virüs bütün dünyayı sanki doyum erteleme eğitimi verir gibi sabretme eğitimi verir gibi hizaya sokmuştur.”* Kişinin küçük şeylerden mutlu olmayı becerebilmesi, mutluluğa götüren şeylerdir (Tarhan, 2020).

Uğruna hayatın harcandığı şeylerin aslında çok da gerekli olmadığı Covid-19 hastalığıyla daha iyi anlaşılmıştır. “Bir musibet bin nasihatten iyidir” misali gerek sokağa çıkma yasaklarından dolayı gerekse hastalığı kapmamak veya başkalarına bulaştırmamak için insanlar evlerine kapanmıştır. Dolapta onlarca

gömlek, pantolon, takım elbise vb. giysi âtil vaziyette beklemekte, lüks arabalar garajda veya kapının önünde yine âtil vaziyette beklemektedir. Âtil duran eşyalar kullanılmamakta ve israfa neden olmaktadır., Çünkü ne kullanmaya gereksinim var ne de kullanacak ortam var. Daha bunun gibi birçok örnek verilebilir. Kısacası lüks veya gerçek anlamda ihtiyaç olmayan ürünler olmadan da hayat devam edebiliyormuş ve sade bir yaşantı aslında o kadar da uç bir nokta değilmiş. Hayat bazen bizi sade yaşamaya mecbur bırakabilmektedir.

2.4. Etik Tüketim

Etik, en kısa tanımıyla insan hareketlerinin ahlaki uygulamalar doğrultusunda yönlendirilmesi anlamına gelmektedir. Etik kavramı, bireyin hayatında hangi davranışların “iyi” veya “kötü” olduğu sorularına yanıt aramaktadır. Böylece iyi veya faydalı davranışları teşvik edip yanlış veya kötü davranışlardan uzaklaştırmayı amaçlamaktadır (Erciş ve Türk, 2016). Aslında etik denilen kavram bireyin toplum yaşantısında davranışlarına bir çerçeve çizmekte ve o çerçevede hareket etmesini sağlamaktadır. Etik tüketim ise bireylerin, tüketimlerinin sonuçlarını birçok faktörü göz önünde bulundurarak etik bir anlayışla hareket etmeleridir. Tüketiciler bir yandan düşük fiyat ve ürün kalitesi gibi ekonomik motivasyonlarla diğer yandan ise çevresel kalite ve iş gücündeki adil uygulamalar gibi motivasyonlarla tüketimlerini şekillendirmektedirler (Friedman, 1996:440). Diğer yandan etik tüketim davranışının şekillenmesinde etik ticaret, sağlıklı besin, hayvanların ve çevrenin korunması gibi boyutlar da önemli rol oynamaktadır (Tallontire vd., 2001).

Karar alma sürecinin diğer birçok alanında olduğu gibi, etik satın almanın doğasında da takas etme öne çıkmaktadır. Ayrıca, organik gıdalar satın alırken, tüketiciler potansiyel olarak daha yüksek fiyatlı bir ürünün kişisel maliyetini, potansiyel olarak daha çevre dostu bir satın alımın sosyal yararına karşı takas edebilmektedir. Ayrıca kişisel sağlıklarından ve yaşam kalitelerinden endişe duyabilir ve organik ürünleri işlenmiş gıdalara tercih edebilirler. Ancak takas etmede bazen etik düşünceler diğer faktörlere yenik düşebilmektedir. Karar verme süreci karmaşık, motiflerin ve engellerin önemi ürün kategorilerine göre değişebilmektedir. Nitekim çalışmanın sonuçları tüketicilerin, aktivistlerin umduklarına rağmen etik düşünceler için ürün performansını feda etmeyeceklerini de göstermektedir. Öte yandan, ilgili etik bilgilerin yeterli ve etkili bir şekilde sunulması durumunda, bazı tüketicilerin satın alma kalıplarını değiştirmeye ikna olabileceği (Auger vd., 2003) bireysel, çevresel ve sosyal anlamda sahip olunan kaygılar da etik tüketim davranışının motive edilmesinde etkili olmaktadır (Dursun ve Gündüz, 2016:1370).

3. TÜKETİM KÜLTÜRÜ VE DİN

Tek bir paradigmayı kabul eden engizisyon yargıçları gibi birçok ekonomist de geleneksel ekonomik sistemlerin dışındaki bakış açlarına pek sıcak bakmamaktadır. Fakat yeni paradigmaların da artık kendine yer bulması kaçınılmaz olmaktadır. Çünkü ürünlerin kullanım değerlerinin önemsenmesi, toplumun geneline tatmin eden bir kültürün merkezini oluşturmalıdır. Kùltürler firmaların değil insanların faaliyetlerine yönelik programlar olmalarına rağmen maalesef endüstri toplumu, tatminin kültürdeki merkezi rolünü, sürekli üretim yaparak adeta ifsat etmektedir (Illich, 2000:27).

Her gün piyasaya çıkan onca yeni ve farklı ürün ile bireyler adeta bir bombardımana tutulmaktadır. Toplumlar adeta tek tiplleştirilerek bireylerin özgürlükleri ellerinden alınmaktadır. Toplum içinde var olmak istiyorsan “tüketmelisin” anlayışı gittikçe hâkim olmaktadır. Çünkü tükettiğin kadarsın veya Descartes’ın ifadesiyle “düşünüyorum o halde varım” anlayışı, “tüketiyorum o halde varım” şeklini almıştır. Aksi halde bireyler toplumdan veya diğer bir deyişle sürüden geri kalmakta, böylece, birey kendini yalnız, güçsüz ve stresli hissetmektedir. Ona göre bu dayanılmaz haletlerden kurtulmanın tek yolu, sürüye uyarak “herkes benim gibidir” mantığıyla acısını hafifletmek istemesidir (Fromm, 1995:52-53).

Tüketerek mutlu olma hayali ile hayatını dizayn eden bireylerin ekseriyetle hayal kırıklığı yaşayacağı bir gerçektir. Tüketimde aranan mutluluğun nirvanaya ulaşması durumunda tekrar satın alımların olması çok zordur, belki de imkânsızdır. Çünkü aşırı tüketimle toplumlar için bir tarafın kazanıp diğer tarafın kaybettiği fakat kazanan tarafın bile gerçek anlamda kaybettiği ve gerçek mutluluğu bulamadığı bir oyun alanı oluşturulmuştur (Illich, 2000:27).

Dinî alan ile iktisadî ve sosyal alan birbirinden bağımsız düşünülmediğinde din tüketim davranışlarını da düzenlemektedir (Öztürk, 2019). Tüketim, en sade şekliyle insan ihtiyaçlarını karşılayacak mal ve hizmetlerin kullanımı şeklinde tanımlanabilir. Din ise insanların bireysel ve toplumsal ihtiyaçlarına cevap vermede hayati bir rol oynamaktadır. Tüketimi dini açıdan değerlendirirken sadece israf veya haram boyutunda değerlendirmemek gerekmektedir. Din bireyin tüketim kalıplarının şekillenmesinde ve insan ihtiyaçlarının karşılanması noktasında karşılıklı bir ilişkiye işaret etmektedir (Demirezen, 2015; Baydaş ve Uslu, 2018; Baydaş ve Bedribek, 2020; Baydaş, Say ve Derinbağ, 2020; Ata, Baydaş ve Say, 2022).

Tüketim kültürü yapısında amaç sadece kendi çıkarları doğrultusunda yaşayan, hayatını elde edeceği arzular noktasına kilitleyen ve dışavurumsal yani gösterişçi hayat tarzlarını benimseyen kişilik tiplerinin, dinin insanın mahiyeti noktasında ortaya koyduğu değerler dünyası ve toplumsal gerçeklerle

bağdaşmadığı da malumdur. Dinin diğerkâmlık, çalışkanlık, sorumluluk bilincine zıt, “şimdi yaşa, sonra öde” felsefesiyle sınır tanımayan tüketim faaliyeti, bireyde hedonist bencillığe yol açmıştır. Dolayısıyla hedonist (hedonik) değerlerin yüceltilmesiyle işleyen tüketim kültürü, doğaya karşı açtığı tahribatın ötesinde, insanın tüm varoluşunu içine alan varoluşsal bir tahribata dönüşmektedir. Dolayısıyla postmodern dönemin temel karakteristiğini ifade eden tüketim kültürünün çıkmazlarının sorgulanmasının ve dini açıdan çözümlerin ortaya konmasının insanın varoluşsal amacını doğru yolda sürdürmesine katkı sağlayacağı düşünülmektedir (Öztürk, 2019).

Yüzlerce çeşit ürünün olduğu bir mağazada sepete atılan bir ürünün alışverişi kısa süreli ve basit bir olay gibi gözükse de aslında satın alma karar süreci uzaktan gözüktüğü gibi basit değildir. Çünkü o basit gibi gözükene ve kısa sürdüğü düşünülen alışveriş kişinin dini inancı ve kültüründen etkilenebileceği gibi onun psikolojisine ve sosyo-ekonomik durumuna göre de şekillenebilmektedir. Dinin hayatın birçok alanında ortaya koyduğu kurallar tüketim olgusunda da karşımıza çıkmaktadır. Örneğin yılbaşı kutlamalarında Hristiyanların çam ağacı ve onun süsleri için alışveriş yapma davranışında veya Müslümanların içki ve domuz eti ve türevlerini haram görmesi, Hindularda et tüketmeme davranışlarında dinin etkisi gözlemlenebilir (Çubukçuoğlu ve Haşıloğlu, 2012:1-3). Dolayısıyla İnanç, tutum ve davranışlar, sebep-sonuç ilişkileri ile birbirlerine sıkı sıkıya bağlıdır. İnsanlar bazı olaylar karşısında tutumlarını ve davranışlarını inançlarına göre şekillendirmektedirler (Baydaş, Say ve Derinbağ, 2020:184).

Tüketim sorunsalı sadece tüketilen şeylerle kalmayıp zaman içinde kültüre ve değerlere de etki etmesi metalaşmasına neden olmuştur. Çünkü tüketim, ürünün kendisinden veya o ürünün kullanımı neticesinde ortaya çıkan işlevsel veya ekonomik faydalarından öte sosyal, kültürel ve psikolojik öğelerin öne çıktığı bir hal almıştır. Bu durumun göz ardı edilmesi pek mümkün değildir (Pişkin, 2016:132-133).

Piyasaya yeni ürün ve çok sayıda ürün ikamelerinin girmesi sonucu ekonomik ve kültürel değerlerin harmanlanmış bir bütünü olarak daha önceleri herhangi bir piyasası olmayan ürünlere piyasa oluşturulmuş ve kâr amacı için gerekli koşullar sağlanmıştır. Böyle bir ortamda dini değerler, semboller ve ibadetler de nasibini almaktadır (Demirezen, 2015:82). Modern ekonomi ve bu ekonomiden doğan kültür maalesef fiziki ortamdan kurumlara, metafizik fikirlerden ahlaki ve dini değerlerdeki hassasiyete kadar birçok şeyi değiştirmiştir. Bu yok edişi de boş bırakmayarak yerine yenilerini koyarak adeta dünyayı yeniden inşa etmektedir Özellikle değerlere bir fiyat etiketi

konduşunda piyasayla bütünleşip adeta başka bir yaşama kavuşmaktadır (Berman, 1994).

3.1. Dini Değer ve Sembollerde Değişimin Sosyolojisi

Dini değer ve sembollerdeki özellikle anlam değişimini tartışmadan önce değişimi tetikleyen şey nedir sorusuna cevap vermekte yarar vardır. Çünkü olaylara sosyolojik açıdan bakıldığında her olayın bir veya birkaç yakın sebebi vardır. Ayrıca olayın meydana gelmesinde etkin rol oynayan uzak sebepler de olabilmektedir. Acaba kişinin bir durum karşısındaki tutumu veya düşüncesi, iktisadi veya toplumsal sistemdeki değişimler neticesinde mi değişiyor? sorusu akla gelmektedir. Çünkü *“Marx, toplumsal ve ekonomik sistemin değişmesinden sonra düşüncenin değiştiğini savunarak, her insanda bir idrak gücünün ve kültür kalıntısının bulunduğunu, kültürün iktisadi yapının temelini oluşturduğundan, ekonomik sistemin düşünceyi de değiştirdiğini kabullenmek gerektiğini vurgulayarak; düşüncenin etki neticesinde değiştiğini belirtir”* (Şeriatî, 2004:52). Dolayısıyla toplumsal veya ekonomik sistemlerdeki değişimler zamanla bireyin bir olaya karşı tutumuna veya düşüncesine uzaktan veya yakından etki ederek onları değiştirebilmektedir.

3.1.1. İmaj ve Gösteriş

Sözlük itibariyle imaj veya imge genel görünüş, izlenim veya zihinde tasarlanan ve gerçekleşmesi özlenen şey, hayal, hülya şeklinde tanımlanmaktadır. Gösteriş ise başkalarını aldatmak, onları şaşırtmak, korkutmak veya birinin kendini beğendirmek için yaptığı yapay davranış şeklinde tanımlanmaktadır (sozluk, 2020). İmaj ile gösteriş kavramlarının yakın anlam içerisinde olduğu anlaşılmakla beraber, imajın öne çıktığı ortamlarda etkin bir gösteri var demektir (Okumuş, 2005:156). Dolayısıyla imaj ve gösteri kavramlarının olmayan bir şeyi varmış gibi gösterdikleri anlaşılmaktadır. Bu açıdan düşünüldüğünde imaj ve gösteriş kavramlarının İslami perspektife pek uymayan kavramlar olduğu anlamı çıkmaktadır. *Çünkü Peygamber Efendimiz bir hadislerinde dini ‘Din samimiyettir.’ şeklinde tanımlamışlardır* (Keleş, 2021).

İmaj ve gösteriş İslam inancı açısından takva kavramına da uygun düşmemektedir. Takva kavramı: *“Dinin emir ve tavsiyelerine uyma, haram ve günahlardan kaçınma hususunda gösterilen titizlik anlamında bir kavram”* şeklinde tanımlanmaktadır (Barbarosoğlu, 2002; Uludağ, 2022). Gençlerin moda veya farklı trendlerle ilgilenmelerinde reklamların, arkadaş gruplarının etkisi elbette ki yadsınamaz. Ancak burada en önemlisi ailedir. Çünkü aile çocukların tüketici rolünü kazanmasında, yeni çevreye uyum sağlamada ve

baskı gücünü kullanarak sosyalleşmesinde önde gelen bir kurumdur (Babaoğlu ve Şener, 2007:137). Öncelikle tüketim kodları ailede belirlenmekte çocuklar ilk zamanlarda anne babalarını taklit etmekte yani onları rol model almaktadırlar. Onların marka, kalite, imaj ve gösteriş gibi kavramlarla ilgili tutumlarının çoğu ailede şekillenmektedir. Dolayısıyla ailede bilinçli bir tüketici olmanın temelleri atılmaktadır (Hota ve McGuiggan, 2006:119). Sıradanlaşma durumu aslında sadece çocuklar için geçerli değildir. *“Milli piyangodan büyük ikramiye kazanan kişiler, ikramiyeyi kazandıktan hemen sonra çok mutlu olur. Ama bir süre sonra mutluluk seviyeleri, ikramiyeyi kazanmadan önceki seviyeye döner. Neden? Çünkü insanlar sahip olduklarına hemen alışır. Örneğin, siz yeni bir araba alırsanız, bir süre sonra ona alışsınız ve daha iyi bir araba almak istersiniz. Ev alırsınız, bir süre sonra daha iyi bir ev istemeye başlarsınız. İnsanların sahip oldukları şeylere alışıp, o şeyden daha az keyif almalarına, psikologlar “hedonistik adaptasyon” demektedir (Bolat, 2016:25).*

Ancak bütünüyle tüketen bir yaşam tarzına dönüşmesi de çok sağlıklı bir yaşam stili değildir. Dolayısıyla anne/baba ve çocuklar arası aktarım keskin bir şekilde kesintiye uğramaktadır. Sosyal dokunun değişmesinde veya yeniden şekillenmesinde ailenin yanı sıra gençlerin akran veya arkadaş çevreleri de oldukça etkilidir. Çünkü çocuğun sosyalleşmesine katkı sağlayan diğer bir alan ise akran veya arkadaş çevresidir. Akranlar da doğrudan ve dolaylı olarak genç tüketicilerin sosyalleşmesini etkilemektedir. Birçok araştırmacı, gençlerin malların ve tüketimin sembolik anlamını akranlarından öğrendiklerini ve etkilerinin ergenlik döneminde önemli ölçüde arttığını öne sürmektedir (Bearden ve Randall, 1990). Televizyon, sinema, dergi, gazete ve internet yayımları gibi kitle iletişim araçları ve özellikle de reklamları, genç tüketicilere ürünler ve tüketici davranışları hakkında bilgi ve anlayış sağlamaktadır. Kitle iletişim araçları ile etkileşim yoluyla, genç tüketiciler ürün ve markalara yönelik algıları geliştirilmekte ve değiştirilmektedir (Moschis, 1987). Toplumsal dokunun şekillenmesinde kapitalizm, endüstrinin belki de en büyük özelliklerinden veya başarılarından birisidir. Çünkü kapitalizmin her şeyi metalaştırma baskısıyla birlikte maddi değeri olmayan birçok şey piyasaya şartlarına endekslenmiştir. Böylece imaj ve gösterişin toplumlarda hâkim kılınması için de trendlerin, modanın ve çağdaşlığın albenisinden ve demode olmanın itkisinden yararlanılmaktadır. Bu kavramlar bireylerin yaşam tarzlarını önemli derecede etkiler hale gelmiştir. Öylesine ki bu kavramların hâkim olmadığı neredeyse hiçbir alan kalmamış ve dinsel alan da az veya çok bu durumdan etkilenmiştir (Pişkin, 2016:139). Toplum hayatının bu tür etkilerle değişmesi ve birçok şeyin metalaşması sürecinde dini inanç ve değerler ya etkisiz hale gelmekte ya da bunların etkisi azalmaktadır. Böylece inanç ve

değerler, kendilerine tabi olanların gündelik hayatlarında referans olma özelliklerini yavaş yavaş kaybetmektedir veya başka yöne evrilmektedir.

3.1.2. Moda ve Kıyafet

Moda, sosyal bakımdan onaylanan geçici değişiklikler veya kolayca taklit edilebilecek tavır ve hareket şekilcililiği olarak tanımlanabilir. Modanın toplum tarafından kabul veya reddedilmesinin temel bazı gerekçeleri bulunmaktadır. Modanın kabul edilmesi çoğunlukla zevklere cevap vermesi niteliğinden kaynaklanmaktadır. Modanın reddedilmesi de çoğunlukla yapay bir nitelik taşıdığı ve geçici olduğu için de geleneklere aykırılık teşkil etmesi (Okumuş, 2005:164) ve modanın gösterişle ilişkisinin olduğu görüşüne dayanmaktadır (Davis, 1997:188).

Modanın kabul edilmesi ilk aşamada özellikle muhafazakârlar açısından aşılması güç bir engel olarak görülebilir. Çünkü dini değerler tüketimin hemen her alanında söz sahibi iken, bunların bir anda veya kısa sürede değişmesi elbette birtakım zorlukları veya karşı tepkileri beraberinde getirmesi gayet doğaldır. Muhafazakâr kesimler için tüketimin meşruiyet kazanması yani çelişkinin aşılması için tüketilenlerin muhafazakâr veya İslami değerlere uyumlu olması veya onu temsil etmesiyle sağlanmaktadır (Yücebaş, 2012:67). Bu bağlamda tüketimde meşruiyet arama çabası birçok alanda olduğu gibi seküler yaşam tarzını sürdüren kesimin faydalandığı imkânlardan İslam değerlere aykırı olmayacak şekilde yararlanma konusunda da kendini göstermektedir (Meşe, 2016:96). Bu arayış neticesinde kapitalist ve seküler yaşam biçimlerinin sundukları görünüşte cilveli hayata uyum sağlamak pek zor olmamıştır. Dolayısıyla muhafazakâr bireyler için öncelikli olan helal, haram ve israf gibi kavramlar yerini kâr, moda ve diğer tüketim pratiklerine bırakır hale gelmiştir (Yücebaş, 2012:67).

Diğer bir ret gerekçesi ise marka ve moda gibi kavramların aslında israf denilen ve İslam'ın kesinlikle yasakladığı bir alana doğru bireyi sürüklemesi ihtimalidir. Bu kavramlar İslami birçok değerini içeriğini boşaltarak bu değerlerin de adeta birer meta haline gelmesine yol açmıştır (Gençtürk, 2003:74). Örneğin bireyin örtünmesi onun tercihidir ve kendisi için en doğru seçim olduğundan uygulanabilmektedir. Ancak bireyin örtünme davranışını nasıl yaptığı çok farklı bir şeydir. Markalı bir tesettür ürünüyle bu eylemin gerçekleştirilmesi tüketim endüstrisinin istediği bir şeydir. Bu aşamada moda ve sembol uzmanları devreye girerek hem markalı tesettürün hem de modayı takip etmenin olanaklarını hazırlamaktadırlar (Pişkin, 2016:139). Günümüzde ise Tesettür kavramı yaşanan bu gelişimlerden etkilenmiş, dahası tesettür modası

şeklinde bir kavramın ortaya çıkması ve tüketim kültürü ile modanın birleşmiş hali şeklinde görülmektedir (Baydaş, Say ve Derinbağ, 2020:183)

Örneğin Tekbir kelimesi tüketim mantığı uğruna içerik bakımından anlamını kaybedecek bir biçimde Tekbir Giyim markasıyla “ticari mülkiyetin metai” haline gelmiştir. Risale Giyim, Hilye Collection, Setre Tesettür gibi (Arslan, 1997, akt: Gençtürk, 2003:74) örnekler de verilebilmektedir. Dini açıdan önemli sayılan kavramların içeriğinin boşaltılarak bir başkalaşıma uğramalarında moda dergilerinin de oldukça önemli bir payının olduğu söylenebilmektedir. Ala dergisinin (Demirezen, 2015) bazı sayılarının ön kapaklarında tesettür ve modayı bir araya getirerek çekici kılma çabasından bazı kesitler: *bu ayakkabılar çok konuşulacak, kim demiş bu kış renksiz diye, yaz modasına dair her şey, büyük çantanın dayanılmaz hafifliği, mutluluk her yerde mümkün, bu yaz mutlaka dolabında onlara yer ver.* Enda dergisinin (yesiltopuklar.com) ön kapaklarında da ise *Dünyadan ve Türkiye’den moda çekimleri, kızlar partisi çok moda, ayakkabıda yeni moda, ayın rengi mavi.* Modanisa dergisinin *Dubai muhafazakâr moda haftası başlıyor, kaşe mantolarla rengarenk* (modanisa, 2020) gibi kapak fotoğrafları tesettür giyimin ne denli metalaştırıldığının birkaç somut örnekleridir.

Moda bir iletişim şekli olarak ele alındığında ise, toplumsallaşma sürecinde, kişilerin kimliklerini ifade etmektedir (Hızal, 2003:65). Muhafazakâr tüketim pratiklerindeki değişim artık birçokları için bir yaşam tarzı, hatta kimlik ifadesi olmuştur. Yaşam tarzının şekillenmesinde ve gündelik hayat içerisinde zevk kavramını oluşturan hususlar ise moda ve giyim konusunda daha çok öne çıkmaktadır. Çünkü kimliklerin bireysel ve kollektif olarak ifadesinde giyim ve moda en önemli araçlardandır. Giysiler bir yandan fiziksel bir ihtiyaç olarak, bedenın dış etkenlerden korunmasını sağlarken, diğer yandan da kimlikleri ifade edici bir anlam içermektedir (Gençtürk, 2003:67-69).

Bir yandan moda akımına kapılmak bir yandan da bununla bir kimlik algısı oluşturmak günümüzde birçok muhafazakâr bireyin içine düştüğü bir durumdur. Ancak burada bir tezatlık vardır. Yani hem dini açıdan muhafazakâr olmak hem de modaya uymak veya moda ile bir kimlik algısı oluşturmak gibi seküler olmak pek de uyuşmayan iki zıt kutuptur. Her ne kadar böyle olsa da din ve sekülerizm adeta birbirine girift olmuş ve Müslüman kesimin günlük yaşamında gözle görülür bir yer edinmiştir (Demir, 2016; Baydaş, Say ve Demirbağ, 2020; Ata, Baydaş ve Say, 2022).

3.1.3. Ekonomik Sebepler

Hukuk biliminin olayları zulüm ve adalet yönünden, ekonomi biliminin, zarar ve fayda yönünden incelemesi gibi (Ergin, 1964:1) din de olayları iyi,

kötü, hayır vb. açıdan değerlendirmektedir. Zaten dinin tanımında ve mahiyetinde de güzellik ve hayır vardır. “*Din, akıl sahibi insanları kendi hür ve serbest iradeleriyle iyi, güzel ve bizzat hayırlı olan düşünce ve davranışlara yöneltmek için Allah tarafından gönderilmiş bulunan bir düzendir*” şeklinde tanımlanabilir (Eskicioğlu, 1999).

Ekonomi olayları sadece fayda ve zarar açısından değil, refahın maddi gerekliliklerinin kazanılması ve kullanımı ile en yakından bağlantılı olan bireysel ve sosyal eylemin bir bölümünü incelemektedir. Yani birey ve servet ilişkisini inceler (Marshall, 1890:6; Şeriati, 2004:4). Din ve ekonomi ilişkisini başka bir perspektiften Hz. Ali (r.a) ise şöyle ifade etmektedir: “*Maddi hayatı olmayan' içim nur doludur' derse yalan söylemiş olur. İnsanın midesi tok olmalıdır. Ekonomik bir refah seviyesi olmayanın dini ve maneviyatı da olmaz. Fakirlikten cehalet doğar, din değil*” (Şeriati, 2004:166). Dolayısıyla din ve ekonomi kurumlarının birbirleriyle yakın bir ilişki içinde oldukları ve ortak noktalarının ise bireylerin düşünce ve eylemlerini yönlendirmeleri olduğu anlaşılmaktadır. Din ve ekonomi bireyin karakterinin şekillenmesinde de söz sahibidirler Çünkü insanın karakteri, dini ideallerinin etkisi olmadığı sürece çoğunlukla günlük çalışması ve bu şekilde elde ettiği maddi kaynaklarla şekillenmektedir. Dolayısıyla dünya tarihinin iki büyük oluşum temsilcisi din ve ekonomi olmuştur (Marshall, 1890:6).

Bireylerin dini değerlerinin başkalaşmasında veya ortadan kalkmasında ekonominin nasıl etkili olduğu da önemli bir konudur. Diğer yandan tüketim toplumunun bu değiştirici etkisi muhafazakârlara da yansımaktadır. Ancak ekonomideki değişimlerin muhafazakâr kesimde bir etki oluşturması için ekonomik çabanın algılanış biçiminde bir değişikliğin olması gerekmektedir. Çünkü genellikle olayları algılama biçimleri değişen insanların zevk ve görüşleri de değişmektedir. Böylelikle ortak değerler zemininde hemfikir olmaları pek mümkün olmamaktadır (Hayek, 2010:181). Örneğin hiç ölmeyecekmiş gibi dünya hayatına çalışmak, daha rahat bir hayat için çalışmak, maddi veya görsel anlamda diğer inançlardaki bireylerden geri kalmayacak şekilde yaşamak gibi yaklaşımlar muhafazakâr bireylerin ekonomik çabalarına farklı bir perspektif kazandırmış ve gözlemlendiği kadarıyla da oldukça kabul görmektedirler.

Haenni (2011)'ye göre Müslüman olmanın gururu sahip olduğu inançtan ziyade bireysel anlamda refah seviyesi ile teşhir edilmektedir. Dini değerler ile tüketim toplumunun değerlerini bir arada bulunduran yani hibrit bir kültürün meydana gelmesine olanak sağlayan bu yeni muhafazakâr kesim, geleneksel yaşam tarzından farklı yaşayan dolayısıyla kendilerine has yeni bir yaşam şeklinin de oluşmasını sağlamışlardır. Dolayısıyla ekonomik liberalizmle

yaşanan uzlaş, muhafazakâr İslam inancında olmayan birçok yeni kabullerin de artık yeni İslami anlayışta yer bulmasını beraberinde getirmiştir (Yücebaş, 2012).

Arzu, fikir ve değerlerin kavranıp satılabilir hale getirilmesinin İslami açıdan etkileri de elbette vardır. Ekonomik ve inançsal algıdaki değişimler veya başkalaşımalar yeni dindar girişimciler tarafından bazı sektörlerin ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır. Bu yeni yaşam tarzlarının örnekleri imaj ve gösterişten moda ve kıyafete kadar birçok alanda kendini göstermektedir. Diğer yandan İslami turizm perspektifinden hareketle oluşturulan turizm ürünleri de bu kapsamda değerlendirilebilir. Bu ürünler; helâl turizm ana temasıyla müslüman turistlerin hassasiyetlerine ve ihtiyaçlarına yönelik turistik hizmetleri içermektedir (Scott ve Jafari, 2014).

Ticari sektörlerin asıl amacı kârdır, çünkü ticaret amaçlı kurulan firmalarda esas amaç kâr elde etmektir ve bütün çaba belirlenen amaca yoğunlaşmaktadır. (Okumuş, 2005:173). Herkesin, satılabilirliği olan her şeyi elde alma ve satma konusunda özgür olma gerekliliği serbest piyasanın mantığında vardır. Dolayısıyla milyonlarca arzu, fikir ve değeri kavrayıp, satış fiyatlarına çevirmesi yani bir algılama cihazı görevi görmesi serbest piyasanın en temel argümanlarından (Hayek, 2010:56). Yukarıda bahsedilen değişimler bireylerin düşünce yapılarının, kutsal değerlere atfettikleri anlamların ve daha birçok değerlerin özellikle ekonomik değişimlerden etkilendiğini göstermektedir.

Ancak geçmiş tecrübeler, kimi zaman insanın yaşantısındaki değişimin düşüncesindeki değişimden kaynaklı olduğunu kimi zaman da toplumsal sebeplerin yaşantının değişmesine sebep olduktan sonra insanın düşüncesinin bu yeni yaşam tarzına göre değiştiğini göstermektedir. Örneğin bilinç seviyesi bir konuyla ilgilenme oranında değişmektedir. Bazı konularda bilgi sahibi olundukça bu bilgi onun düşüncesinin değişmesine sebep olmaktadır. Önceleri buğday eken birisi düşünce değişimi neticesinde pancar ekmeye başlar ya da köyde tarım işleri ile uğraşırken şehre göç ederek sanayide işçilik yapar veya ticaret yapar. Böylece düşünce yapısındaki değişime bağlı olarak zamanla yaşam tarzı değişmiş olacaktır (Şeriat, 2004:53). Bu bağlamda dinin bakış açısı ile yaşam tarzı ve davranışlardaki değişim kuran ve sünnet ışığında açıklanmaya çalışılacaktır.

3.2. Tüketimde Dini Değerlerin Etkisi

İslam inancının önemli bir kaynağı olan Kur'an, iktisadi anlamda insanın sınırsız ihtirasları ve arzuları gerçeği bağlamında tüketim konusunda son derece önemli ilkeler ve ölçüler ortaya koymuştur. Ancak bu sınırsızlığa karşın dünyanın kaynakları sınırlıdır. İstek ve ihtiyaçlarımızı istenilen zamanda ve

miktarda bolca karşılayacak kaynakları bulmak pek mümkün değildir. Dolayısıyla insanlar tüketimdeki tutum ve davranışlarında dini ve ahlâki prensiplere uymak zorundadırlar. Kur'an-ı Kerim tüketim davranışlarında itidalli olmayı, helal ve haramı gözetmeyi, meşruiyeti ve zaruriliği vurgulamaktadır (Akar, 2008:1-2).

3.2.1. Kur'an'da Tüketimin Ölçüsü

İslam dininde israf etmeye getirilen yasak, aynı zamanda çevreci ürün tüketme bağlamında da kullanılmaktadır. Zira israf kavramı sadece kendine yetecek kadar tüketmek değil, bununla beraber doğal kaynakları doğaya zarar vermeden yani haddi aşmadan tüketmek anlamına gelmektedir (Baydaş ve Berdibek, 2020:925). İsrâf: ölçsüzlük ve haddi aşmak demektir. Cenab-ı Hak tarafından verilen nimetlerin lüzumsuz ve ölçsüz kullanılmasıdır. Ölçü yerinde ve miktarınca kullanmaktır. İsrâfı sadece mallara indirgemek doğru değildir. Emeğin, kabiliyetlerin, zamanın, malın ve diğer her türlü kaynakların kullanımına ölçülü olmak aslında israfın hayatın her alanında önemli olduğunun bir göstergesidir (gonulsohbetleri, 2021). Örneğin, *“yiyin için fakat israf etmeyin. Çünkü Allah israf edenleri sevmez* (Araf, 31).” Ayette de vurgulandığı gibi israfın haram olduğu vurgulanmış ve israftan insanların şiddetle uzak durmalarının önemi ise *“Allah israf edenleri sevmez”* ifadesiyle gayet açık bir şekilde belirtilmiştir. Diğer bir ayette de Rabbimiz israf konusunda: *“(malını lüzumsuz yere) saçıp savurma! Çünkü malı saçıp savuranlar, şeytanın kardeşleri olmuşlardır. Şeytan ise, Rabbine karşı çok nankördür”* (İsra, 26-27) şeklinde buyurmaktadır. Ayet-i Kerime, eğlence, zevk, lüks ve moda gibi israfa sürükleyen ve İslâm'a uygun olmayan her türlü eylemin men edildiğini açıklamaktadır. Başka bir ayet ise *“Bunlar, mallarını insanlara gösteriş için harcayan, Allah'a ve ahiret gününe de inanmayan kimselerdir. Şeytan kimin arkadaşı olursa, o ne kötü arkadaştır”* ayetidir. Ayetlere göre ekonomik ve sosyal hayatta dengelerin sağlanması için İslâm dini lüksü, gösterişi ve her türlü israfı yasaklamaktadır. Yasakların birçok hikmetlerinden birisi şu olabilir; gösterişçi tüketim hem toplum hem de birey açısından zararlıdır (Akar, 2008:3). Zira savurganlık kişi ve toplum için her alanda büyük çalkantılara ve problemlere sebep olmaktadır. Ayrıca israf sebebiyle hassasiyetlerin kaybolup ahlâkın bozulması ve kalplerin katılaşması riski artmaktadır.

İsrafın ve gösterişçi tüketimin haram olduğu bu ayetlerle sabittir. Ancak bu hususa dikkat edilmediği zaman başka sakıncalı durumlara hatta haramlara kapı açacağı da malumdur. *“Bir bedevi yalnız dört şeye muhtaç iken; medeniyet yüz şeye muhtaç ve fakir etmiştir. Sa'y masrafa kâfi gelmediğinden hileye harama sevk etmekle ahlâkın esasını şu noktadan ifsad etmiştir. Cemaate, nev'e verdiği*

servet, haşmete bedel; ferdi, şahsı fakir, ahlâksız etmiştir” (Nursi, 2013:129). Gelenek ve göreneklerin, modanın, reklamın, medyanın ve tüketimi körükleyen daha birçok unsurun etkisiyle insanı kendisine ihtiyaç olarak yamayan şeyleri temin etmek uğruna çabalayıp durmaktadır. Fakat bunu yaparken ekseriyetle çalışarak kazandığı para o anki ihtiyaçlarına veya masraflarına kâfi gelmemektedir. Bu ise faizli kredilerin ve kredi kartlarının kapısını açmakta bireyi başka haramlara sevk edebilmektedir. Faiz ise kur’anda haram kılınmıştır (Rum, 339; Âl-i İmran, 130; Nisa, 161; Bakara, 275-276-278-279). Bu durumu masalsı aynı zamanda veciz bir ifadeyle Baudrillard (2008:78) şöyle ifade etmektedir: *“Bu, bir masal: Bir zamanlar kıtlık içinde yaşayan bir insan varmış. Sayısız maceradan ve ekonomi bilimi içinde uzun bir yolculuktan sonra, bolluk toplumuyla karşılaşmış. Evlenmişler ve pek çok ihtiyaçları olmuş.”*

Örneğin geçmiş zamanlarda köyde sıradan bir yaşam süren birisi köy yaşamı gereği etini ineğinden ekmeğini tarlasından, sebze ve meyvesini de bağından temin etmektedir. Çünkü bunların dışında çok da fazla zaruri bir masrafı olmadığı için paraya da pek ihtiyaç duymamaktadır. Ancak şehirleşme neticesinde lüks masraflar paraya olan ciddi bir ihtiyacı doğurmuş, para bulabilmek bazı gıda maddelerini satması çok daha fazlasına ihtiyacı olduğunda ise kredi almak durumunda kalmaktadır. Aldığı o krediyi de lüks masraflara harcamaktadır. Bu döngü o zamandan bu zamana dek artarak devam edegeldi ve bireylerin o lüks ve tüketim çılgınlıklarını sürekli körükleyip gitmektedir (Şeriati, 2004:44-45). Bir yerden sonra bu ihtiyaçlar için yapılan harcamalar arttığında ve alınan haz da sıradanlaştığında, anlaşıyor ki aslında hep bir hayal kırıklığından ibaretti (Debord, 2010:54).

Baştan çıkarıcı tüketimle çepeçevre kuşatılan bireyin bu durumdan nasıl kurtulması gerektiğine daha önceki bölümlerde değinmiştik. Ancak İslami açıdan konuya bakacak olursak Kur’an bu noktaya da vurgu yaparak insanlara yol göstermiştir. *“Yine o iyi kullar, harcama yaptıkları zaman ne saçıp savururlar ne de cimrilik ederler; harcamaları bu ikisi arasında makul bir dengeye göre olur* (Furkan, 67).” Bu ayette ve devamındaki âyetlerde iyi kullarının ne tür kötülüklerden uzak durduklarını anlatırken diğer yandan *“Ama ey inkârcılar, siz bunların hepsini yapıyorsunuz”* (Furkan, 67) şeklinde ayetin devamında inkârcıların durumunu da anlatmaktadır (Diyanet İşleri Başkanlığı, 2022). Cenab-ı Hakk bu ayet ile Müslümanların harcamalarında itidalli davranmaları gerektiğine vurgu yapmaktadır. İtidalli olma durumu ise ifrat ve tefritten uzak durmak yani ne aşırı fazla harcamak ne de olması gereğinin çok altında harcamaktır.

3.2.2. Hadislerde Tüketimin Ölçüsü

İslam inancının diğer önemli bir kaynağı ise hadislerdir. Yani Hz. Muhammed'in (sav) sözlerini, fiillerini ve tasviplerini ifade eden terime hadis denir (Kandemir, 1975). Bir yandan reklamların etkisiyle aşırı bir tüketim ve israf varken diğer taraftan da bunların zararlarıyla mücadele edildiği dünyada yaşamaktayız (Karasakal, 2014:1252). Tüketimin asıl amacından bu denli saptığı dünyada yaşayan bireyler olarak bizler için yol gösterici ve rehberlik edici hadisler de vardır. Zira tüketimde ölçü konusunda Kütüb-i Sitte'de yer alan hadisler:

İbni Ömer radiyallahu anhüma'dan riavayet edildiğine göre: Resûlullah aleyhissalâtu vesselâm abdest alan bir adam görmüştü: *“İsraf etme! İsraf etme!”* buyurdular (hadis no: 6087). Abdullah İbni Amr radiyallahu anhüma'dan riavayet edildiğine göre: Resûlullah aleyhissalâtu vesselâm, abdest almakta olan Sa'd'a uğramıştı: *“Bu israf da ne?”* buyurdular. Sa'd: *“Abdestte dahi israf olur mu?”* dedi. Aleyhissalâtu vesselâm: *“Evet! Cevabını verdi, ‘akan bir nehir üzerinde olsan bile!’* (Hadis no: 6088). Hadislerden anlaşıldığı kadarıyla israfın meşru hiçbir yanı bulunmamaktadır. İsraf gerek ibadette gerekse dünyevi işler gibi hayatın hemen her alanında yasaklanmıştır. Yani benim param var istediğim gibi harcarım, istediğim kadar alırım anlayışı İslami bir anlayış değildir. Bu türden tüketim çılgını anlayışların günümüzde bireyleri nasıl esir aldığı ve yaşadığımız dünyaya nasıl zarar verdiği herkesin malumudur. Yani gerek ayetlerde gerekse hadislerde tüm insanlığa hitaben tüketim konusunda hep bir ölçüye dikkat edilmesi gerektiği vurgulanmaktadır. Çünkü hepimiz bu dünya denen gemideyiz. Birilerinin yaptığı hata sadece kendisine zarar vermekle kalmaz diğerlerine de sirayet etmektedir. Bu ise ya doğrudan ya dolaylı ya hemen ya da daha sonra olmaktadır. Yine bu minvalde Hz. Peygamber (sav) şöyle buyurmuştur:

Nu'mân İbn Beşîr radiyallahu anhüma'dan riavayet edildiğine göre, Nebi - sallallahu aleyhi ve sellem- şöyle buyurdu: *“Allah'ın çizdiği sınırları aşmayarak orada duranlarla bu sınırları aşıp ihlâl edenler, bir gemiye binmek üzere kura çeken topluluğa benzerler. Onlardan bir kısmı geminin üst katına, bir kısmı da alt katına yerleşmişlerdi. Alt kattakiler su almak istediklerinde üst kattakilerin yanından geçiyorlardı. Alt katta oturanlar: Hissemize düşen yerden bir delik açsak, üst katımızda oturanlara eziyet vermemiş oluruz, dediler. Şayet üstte oturanlar, bu isteklerini yerine getirmek için alttakileri serbest bırakırlarsa, hepsi birlikte batır, helâk olurlar. Eğer bunu önlerlerse hem kendileri kurtulur hem de onları kurtarmış olurlar.”* Bu hadisten anlaşıldığı kadarıyla “bana dokunmayan yılan bin yıl yaşasın” veya “her koyun kendi bacağından asılır” gibi halk arasında kullanılan ve İslam'a tamamen zıt anlayışlar

reddedilmektedir. Dolayısıyla İslam dini ve Hz. Peygamber (sav) olumsuzluklara müdahaleyi, toplumun faydası için gayret etmeyi, dini bir sorumluluk olarak görmektedir. Acaba bizler çevreye bakışımızda, tüketim anlayışımızda bu geminin neresindeyiz? Kaynakların gittikçe yok olduğu bir çağda bunu düşünmenin zamanı gelmedi mi? Ayrıca hadisten fert ve toplum olarak insanlık için sınırsız bir hürriyetin söz konusu olamayacağı da anlaşılmaktadır. Hürriyeti yanlış anlayıp sınırsız olarak kullanmaya kalkanlar, toplumun çöküşüne sebep olacaklarını bilmelidirler (Karasakal, 2014:1253).

4. Kaynakça

1. Akar, M. (2008). Tüketim Ahlâkı ve İsrâf, Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları, Ankara, 1. Baskı
2. Arslan, A. (1997). Seküler dünyada müslümanlar. Birikim Dergisi, (99): 30-37.
3. Ata, S., Baydaş, A. ve Say, Ş. (2022). The Influence of Religious Attitudes in Turkish Muslim on Women's Hijab Fashion Style and the Role of Reference Groups. Journal of Islam and Humanities, 6(2), 133-143.
4. Auger, P., Burke, P., Devinney, T.M. ve Louviere, J.J. (2003). What will consumers pay for social product features? Journal of business ethics, 42(3), 281-304.
5. Aydın, A. (2008), Çevre Tüketim ve Moda (1.Baskı). İstanbul: Sevgi Okulu Yayınları
6. Babaoğlu, M. ve Şener, A. (2007). Çocuk ve Genç Tüketiciler. Tüketici Yazıları, 1, 127-153.
7. Baldwin, D.A. (1971). Money and power. The Journal of Politics, 33(3), 578-614
8. Balıkçıoğlu, B., Koçak, A. ve Özer A. (2007). Şiddet İçermeyen Bir Eylem Olarak Dolaylı Tüketici Boykotlarının Oluşum Süreci ve Türkiye için Değerlendirme, Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, 62(3), 79-100.
9. Barbarosoğlu, F. (2002). İmaj ve Takva. İstanbul: Timaş.
10. Baudrillard, J. (2008). Tüketim Toplumu. (H. Deliçaylı, ve F. Keskin, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
11. Bauman, Z. (2011). Yaşam Sanatı. (A. Sarı, Çev.) İstanbul: Versus Yayınları.
12. Baydaş, A. ve Berdibek, U. (2020). Yeşil Ürün Satın Alma Davranışı İle Dini Değerlerin İlişkilendirilmesi: Bingöl İli Örneği. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 17(2), 922-943.
13. Baydaş, A. ve Uslu, A. (2018). Dini inancın algılanan hizmet kalitesi, müşteri memnuniyeti ve müşteri sadakatine etkisinin belirlenmesine yönelik olarak Bingöl'de eğlence işletmelerinde bir araştırma. Journal of Current Researches on Business and Economics, 8(2), 1-20.
14. Baydaş, A., Ata, S. ve Duru, A.U. (2021). Kamu Çalışanlarının Yeşil Satın Alma Tutumları Üzerine Bir Araştırma. Itobiad: Journal of the Human & Social Science Researches, 10(1).

15. Baydaş, A., Say, Ş. ve Derindağ, M.R. (2020). Dini tutum açısından tesettür moda giyim tercihinde etkili olan faktörlerin belirlenmesine yönelik bir çalışma. *Bilimname*, 2020(42), 181-213.
16. Baydaş, A., Aktaş, M. ve Yaşar, M.E. (2020). Çevre dostu ürün ve çevre dostu ürün ambalajının tüketici satın alma davranışına etkisinin belirlenmesi -Bingöl İli Örneği. *Siirt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8 (16), 314-333
17. Bearden, W.O. ve Randall, L.R. (1990). Attention to social comparison information: An individual differences factor affecting consumer conformity. *Journal of Consumer Research*, 16(4), 461-471.
18. Beatty, E. ve Ferrell, M.E. (1998). Impulse buying: Modeling its precursors. *Journal of Retailing*, 74(2), 169-191.
19. Berman, M. (1994). Katı Olan Her Şey Buharlaşıyor, Çev. Ümit Altuğ, Bülent Peker, İletişim Yayınları.
20. Bolat, Ö. (2016). Beni Ödülle Cezalandırma: mutlu ve başarılı çocuklar yetiştirmek için rehber. Doğan Kitap, İstanbul
21. Brown, H.S. ve Vergragt, P.J. (2016). From consumerism to wellbeing: toward a cultural transition?. *Journal of Cleaner Production*, 132, 308-317.
22. Carey, K.B., Purnine, D.M., Maisto, S.A., Carey, M.P. ve Barnes, K.L. (1999). Decisional balance regarding substance use among persons with schizophrenia. *Community Mental Health Journal*, 35(4), 289-299.
23. Cherrier, H. ve Murray, J.B. (2007). Reflexive dispossession and the self: constructing a processual theory of identity. *Consumption, Markets and Culture* 10(1): 1-29
24. Cohen, J. ve Darian, J. (2000). Disposable products and the environment: A consumer behavior perspective. *Research in Consumer Behavior*, 9, 227-258.
25. Cohen, M.J. (2007). Consumer credit, household financial management, and sustainable consumption. *International Journal of Consumer Studies*, 31(1), 57-65.
26. Craig-Lees, M. ve Hill, C. (2006). Anti-consumption: concept clarification and changing consumption behaviour. In *Proceedings of the International Centre for Anti-Consumption Research (ICAR) Symposium*, June (pp. 20-21).
27. Çubukçuoğlu, M.E. ve Haşiloğlu, B. (2012). Dindarlık olgusunun satınalma davranışı faktörleri üzerinde etkisi. *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 1-18.

28. d'Astous, A., ve Legendre, A. (2009). Understanding consumers' ethical justifications: A scale for appraising consumers' reasons for not behaving ethically. *Journal of Business Ethics*, 87(2), 255-268.
29. Davis, F. (1997). *Moda, Kültür ve Kimlik*. (Ö. Arıkan, Çev.) İstanbul: Yapı Kredi Kültür Sanat Yayıncılık.
30. Debord, G. (2010). *Gösteri Toplumu*. (A. Ekmekçi ve O. Taşkent, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
31. Demirezen, İ. (2015). *Tüketim toplumu ve din*. İstanbul: Değerler Eğitimi Merkezi. [dergilik.com](http://www.dergilik.com). <http://www.dergilik.com/aladergi-dergi> (E.T.: 07.04.2021)
32. Des Jardins, J.R. (2012). *Environmental ethics* (Fifth edition b.). Nelson Education.
33. Dickinson, R. ve Hollander, C. (1991). Consumer votes. *Journal of Business Research*, 22(4), 335-346.
34. Dittmar, H., Beattie, J. ve Friese:(1996). Objects, decision considerations and self-image in men's and women's impulse purchases. *Acta psychologica*, 93(1-3), 187-206.
35. Diyanet İşleri Başkanlığı, (2021) <https://kuran.diyanet.gov.tr/tefsir/Furk%C3%A2n-suresi/2922/67-ayet-tefsiri> (E.T.: 20.01.2022).
36. Dubai muhafazakâr moda haftası başlıyor, <https://www.modanisa.com/dergi> E.T.: 2.05.2020.
37. Dunn, R.G. (2008). *Identifying consumption: Subjects and objects in consumer society*. Temple University Press.
38. Durning, A. (1998). *Ne Kadar Yeterli: Tüketim Toplumu ve Dünyanın Geleceği*. (çev.: Sinem Çağlayan). İstanbul: Tübitak Tema Vakfı Yayınları.
39. Dursun, İ. ve Gündüz, S. (2016). Türkiye'de Sorumlu Tüketim Davranışı Üzerine Araştırmalar: Ulusal Makaleler ve Lisansüstü Tezler Üzerine Bir Derleme. *Journal of Graduate School of Social Sciences*, 20(4). s. 1365-1391.
40. Dursun, İ., Tümer Kabadayı, E. ve Tuğer, A.T. (2016). Sorumlu tüketim: neden? nasıl. Tüketici yazıları içinde (ss. 9-39). Ankara: Hacettepe Üniversitesi Tüpadem.
41. Ellen, P.S., Wiener, J.L. ve Cobb-Walgren, C. (1991). The role of perceived consumer effectiveness in motivating environmentally conscious behaviors. *Journal of public policy ve marketing*, 10(2), 102-117.

42. Erciş, A. ve Türk, B. (2016). Etik Çerçevesinde Tüketim, Tüketici ve Çevre: Ekolojik Okuryazarlığın Moderatör Rolü. Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 20(2), 1-24.
43. Ergin, F. (1964). İktisat. İstanbul: Hamle Matbaası.
44. Eskicioğlu, O. (1999). İslam ve Ekonomi. Anadolu Yayınları.
45. Friedman, M. (1985). Consumer boycotts in the United States, 1970–1980: Contemporary events in historical perspective. Journal of consumer affairs, 19(1), 96-117.
46. Friedman, M. (1996), A Positive Approach to Organized Consumer Action: The “Boycott” As An Alternative to The Boycott, Journal of Consumer Policy, 19(4), 439-451.
47. Fromm, E. (1995). Umut Devrimi. (Ş. Yeğin, Çev.) İstanbul: Payel Yayınevi.
48. Gençtürk, G. (2003). Bir iletişim Biçimi Olarak Moda: "Modus" un Sınırları. İletişim Araştırmaları, 1(1), 65-86.
49. Gulyás, E. (2008). Interpretations of ethical consumption. Review of Sociology, 14(1), 25-44.
50. Haenni, P. (2011). Piyasa İslamı İslam Suretinde Neoliberalizm. (L. Ünsaldı, Çev.) Ankara: Özgür Üniversite Kitaplığı.
51. Hansen, U. ve Schrader, U. (1997). A modern model of consumption for a sustainable society. Journal of Consumer Policy, 20(4), 443-468.
52. Haugtvedt, C.P. ve Kasmer, J. (2008). Attitude change and persuasion. In C.P. Haugtvedt, P. Herr, & F.R. Kardes (Eds.), Handbook of consumer psychology (p. 419-436). Mahwah, NJ: Erlbaum.
53. Hawken, P., Lovins, A.B. ve Lovins, L.H. (2013). Natural capitalism: The next industrial revolution. Routledge.
54. Hayek, F.V. (2010). Kölelik Yolu, çev: T. Feyzioğlu, Y. Arsan, A. Yayla, 4. Baskı. Liberte Yayıncılık, Ankara.
55. Hızal, G.S. (2003). Bir İletişim Biçimi Olarak Moda: “Modus”un Sınırları. İletişim Araştırmaları, 1(1), 65-86.
56. Holzer, B. (2006). Political consumerism between individual choice and collective action: social movements, role mobilization and signalling. International Journal of Consumer Studies, 30(5), 405-415.
57. Hota, M. ve McGuigan, R. (2006). The Relative Influence of Consumer Socialization Agents on Children and Adolescents: Examining the Past and Modeling the Future. European Advances in Consumer Research, 7, 119-124.
58. <https://sozluk.gov.tr/> Erişim tarihi: 25.03.2020

59. Illich, I. (2000). Tüketim Köleliği, (Çev. Mesut Karaşahan). Pınar Yayınları, İstanbul.
60. Irving, S., Harrison, R. ve Rayner, M. (2002). Ethical consumerism–democracy through the wallet. *Journal of Research for Consumers*, 3(3), 63-83.
61. Iyer, R. ve Muncy, J.A. (2009). Purpose and object of anti-consumption. *Journal of Business Research*, 62(2), 160-168.
62. Jacoby, J. (2002). Stimulus-organism-response reconsidered: an evolutionary step in modeling (consumer) behavior. *Journal of consumer psychology*, 12(1), 51-57.
63. Jafari, J. ve Scott, N. (2014), Muslim world and its tourisms. *Annals of Tourism Research*, 44, 1-19
64. Janis, I.L. ve Mann, L. (1977). Decision making: A psychological analysis of conflict, choice, and commitment. Free press.
65. Kandemir, M.Y. (1975.) Mevzû Hadisler, <https://islamansiklopedisi.org.tr/hadis> (E.T.: 07.04.2022).
66. Karalar, R. ve Kiracı, H. (2011). Çevresel sorunlara karşı bir çözüm önerisi olarak sürdürülebilir tüketim düşüncesi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (30), 63-76.
67. Karasakal, Ş. (2014). Tüketim Kültürü ve Yarım Hurma'nın Sırrı. *Electronic Turkish Studies*, 9(5), 1251-1268.
68. Keleş, E. (2021). <https://www2.diyaret.gov.tr/DinHizmetleriGenelMudurlugu/VaazProjeleri/Din%20ve%20Samimiyet.pdf> (E.T.: 07.04.2021)
69. Knight, F.H. (1924) Some Fallacies in the Interpretation of Social Cost, *Quarterly Journal of Economics* 38: 582–606.
70. Kollmuss, A. ve Agyeman, J. (2002). Mind the gap: Why do people act environmentally and what are the barriers to pro-environmental behavior? *Environmental Education Research*, 8(3), 239-260.
71. Kuzu, A. ve Özveren, H. (2011). Tüketilen tüketici. *SAÜ Fen Edebiyat Dergisi*, 1, 61-72
72. Marshall, A. (1890). *Principles of Economics*. London: A Project of Liberty Fund. Inc.
73. Matušík, J. ve Kočí, V. (2019). Environmental impact of personal consumption from life cycle perspective–A Czech Republic case study. *Science of The Total Environment*, 646, 177-186.
74. McCollough, J. (2007). The effect of income growth on the mix of purchases between disposable goods and reusable goods. *International Journal of Consumer Studies*, 31(3), 213-219.

75. McGoldrick, P.J. ve Freestone, O.M. (2008). Ethical product premiums: antecedents and extent of consumers' willingness to pay. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 18(2), 185-201.
76. Memiş, S. (2018). Pazarlamada Boykot Uygulamaları: Örnek Olay İncelemeleri. *Turan-Sam*, 10(40), 209-214.
77. Meşe, İ. (2016). Tüketim, Din ve Kadın Bağlamında İslami Moda Dergileri. *Journal of Social Sciences Eskisehir Osmangazi University/Eskisehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(1), 95-110.
78. Miller, D. (2005). (Ed.) *Acknowledging consumption*. Routledge.
79. Moisander, J. (2007). Motivational complexity of green consumerism. *International Journal of Consumer Studies* 31(4): 404–409.
80. Mont, O. ve Plepys, A. (2008). Sustainable consumption progress: should we be proud or alarmed? *Journal of Cleaner Production*, 16(4), 531-537.
81. Moschis, G.P. (1987). *Consumer Socialization: A Life-Cycle Perspective*, Lexington; Lexington Books.
82. Nursi, B.S. (2013). *Tarihçe-i Hayatı*. İstanbul, RNK Neşriyat.
83. Odabaşı, Y. (2013). *Tüketim Kültürü: Yetinen Toplumun Tüketen Topluma Dönüşümü* (dördüncü basım b.). İstanbul: Sistem yayıncılık.
84. Okumuş, E. (2005). *Gösterişçi Dindarlık*. İstanbul: Özgü Yayınları.
85. Ongur, H.Ö. (2011). *Tüketim toplumu, nevrotik kültür ve dövüş kulübü*. Ayrıntı Yayınları.
86. Ozcaglar-Toulouse, N., Shiu, E. ve Shaw, D. (2006). In search of fair trade: ethical consumer decision making in France. *International Journal of Consumer Studies*, 30(5), 502–514.
87. Öztürk, E. (2019). Tüketim kültüründe Müslümanlar'ın itikadî ve ahlâkî problemleri. *Yüksek Lisans Tezi*, Bursa
88. Peattie, K. (2012). "Researching the unselfish consumer" in Victoria Wells and Gordon Foxall (ed.), *Handbook of Developments in Consumer Behavior*. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing.
89. Peattie, K. ve Peattie: (2009). Social marketing: A pathway to consumption reduction? *Journal of Business Research*, 62(2), 260-268.
90. Pişkin, M. (2016). Tüketim toplumu'nda din ve dini değerler: lüks hac ve umre örnek olayı. *İnsan ve Toplum*, 6(2), 131-154.
91. Raymaekers, A. ve Avila, L. (2018). In Search of the Meaning of Mindful Consumption-An Exploratory Study of Generation Y. *Lund*

- University, school of economics and management, Master's Programme in International Marketing and Brand Management, Carolina.
92. Roberts, J.A. (1995). Profiling levels of socially responsible consumer behavior: a cluster analytic approach and its implications for marketing. *Journal of Marketing Theory And Practice*, 3(4), 97-117.
 93. Sandıkcı, O. ve Ekici, A. 2009. Politically motivated brand rejection. *Journal of Business Research* 62(2): 208–217.
 94. Schor, J.B. (1992). *The overworked American: the unexpected decline of leisure*. New York: Basic.
 95. Schrader, U. (2007). The moral responsibility of consumers as citizens. *International Journal of Innovation and Sustainable Development*, 2(1), 79–96.
 96. Scott, J.C. (2008). *Weapons of the weak: Everyday forms of peasant resistance*. Yale University Press.
 97. Sheth, J.N., Sethia, N.K. ve Srinivas, (2011). Mindful consumption: a customer-centric approach to sustainability. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 39(1), 21-39.
 98. Stephenson, C. (2018). Gandhi ve İngiltere Dokuma İşçileri <https://t24.com.tr/yazarlar/chris-stephenson/gandhi-ve-ingiltere-dokuma-iscileri>, 17155 (E.T.: 02.09.2020).
 99. Stern, P.C. (2000). Toward a coherent theory of environmentally significant behaviour. *Journal of Social Issues*, 56(3), 407-424.
 100. Şeriatı, A. (2004). *Kapitalizm*. (Y. Arslan, Çev.) İstanbul: Dünya Yayıncılık.
 101. Tallontire, A. ve E. Rentsendorj ve M. Blowfield (2001), *Ethical Consumers and Ethical Trade: A Review of Current Literature*. Policy Series 12. Chatham UK: National Resources Institute.
 102. Tarhan, N. (2020). “Koronavirüs Bolluk Sendromunu Hizaya Soktu” <https://www.cnnturk.com/saglik/prof-dr-nevzat-tarhan-koronavirus-bolluk-sendromunu-hizaya-soktu>. (E.T.: 16.09.2020).
 103. Thurow, L.C. (2001). *The zero-sum society: Distribution and the Possibilities for Change*. Basic Books.
 104. Tüketim Ahlakı, <http://gonulsohbetleri.blogspot.com/2008/04/tketim-ahlaki.html> E.T.: 20.01.2021
 105. Uludağ, M. (2022) “Takva” <https://islamansiklopedisi.org.tr/takva> (E.T.: 06.06.2022).
 106. Ulusoy, E. (2015). Experiential responsible consumption. *Journal of Business Research*, 69(1), 284-297

107. Urien, B. ve Kilbourne, W. (2011). Generativity and Self-Enhancement Values in Eco- Friendly Behavioral Intentions and Environmentally Responsible Consumption. *Psychology and Marketing*, 28(1), 69-90.
108. Varey, R.J. (2010). Marketing means and ends for a sustainable society: A welfare agenda for transformative change. *Journal of Macromarketing*, 30(2), 112-126.
109. Veblen, T.B. (2015). Aylak Sınıfın Teorisi: Kurumların İktisadi İncelemesi. (E. Kırmızıaltın, ve H. Bilir, Çev.) Heretik Basın Yayın. Ankara, 2015
110. Warde, A. (2017). Consumption. Palgrave Macmillan.
111. Wells, V.K., Ponting, C.A. ve Peattie, K. (2011). Behaviour and climate change: Consumer perceptions of responsibility. *Journal of Marketing Management*, 27(7-8), 808-833.
112. Yıldırım, A. (2015). Ekonomik hayatta sade düşünce. *International Journal of Science Culture and Sport*, 3(Special Issue 3), 253-267.
113. Yurchisin, J. ve Johnson, K.K. (2004). Compulsive buying behavior and its relationship to perceived social status associated with buying, materialism, self-esteem, and apparel-product involvement. *Family and Consumer Sciences Research Journal*, 32(3), 291-314.
114. Yücebaş, S. (2012). Türkiye’de Muhafazakarlığın Gündelik Yaşam Estetiği. *İnsanbilim Dergisi*, 1(2), 62-80.

77. Bölüm

Liderliğin Psikodinamik Yaklaşımındaki Kökenleri: Psikodinamik Liderliğe Kavramsal Bir Bakış

Soner TASLAK¹

Makbule Hürmet ÇETİNEL²

P

1 rof. Dr.; Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi İktisadi İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü.
sonertaslak@mu.edu.tr ORCID No:0000-0002-6895-8915

2 Dr. Öğr. Üyesi; Uşak Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Fakültesi Lojistik Yönetimi Bölümü.
hurmet.cetinel@usak.edu.tr ORCID No: 0000-0003-3260-7432

ÖZET

Birey dünyaya ilk geldiği andan itibaren kişilerarası etkileşim süreci içinde yaşamını sürdürmektedir. İlk etkileşim kaynağını aile oluştururken, bireyin içinde bulunduğu çevre, toplumsal yapı da kişiliğin gelişimine katkı sunmaktadır. Çevre koşulları ve bireysel kalıtsal faktörler bireyin kişilik özelliklerinin oluşmasında varlık gösteren unsurlardır. İnsanların toplumda birlikte yaşadıkları yerde veya örgüt içinde işletme faaliyetlerini gerçekleştirirken yönetim olgusunun varlığı bir lidere ihtiyaç duyulmasını gerekli kılmaktadır. Bu bağlamda, liderlik birey ve grup davranışlarını etkileme ve izleyicilere yol gösterme süreci olarak ifade edilebilir.

Psikodinamik liderlik yaklaşımı, liderlerin izleyicilerini ve kendilerini daha iyi tanımasını, psikanalitik açıdan değerlendirilmesini ve böylece liderlerin biriçgörü ile izleyicilerin davranış biçimlerini anlamasını ve başarılı bir liderlik sürecini etkileyen yaklaşım olarak belirtilebilir. Kendisini ve izleyicilerini iyi analiz eden bir lider, davranışların temel nedenlerini algılayabilir ve bu doğrultuda çözüm yöntemleri geliştirebilir. Psikodinamik liderlik yaklaşımının, liderlik teorilerine yeni bir bakış açısı geliştirebilecek bir yaklaşım olduğu söylenebilir. Liderlik ile ilgili çok sayıda çalışma ilgili alanyazında yer almasına rağmen, Psikodinamik liderlik yaklaşımı ile ilgili çalışmaların yeni yeni oluşmaya başladığı görülmektedir. Bu bağlamda çalışmanın amacı, Psikodinamik liderlik yaklaşımının geniş bir şekilde ele alınabilmesi için öncelikle kavramsal açıdan değerlendirilmesidir. Psikodinamik liderlik yaklaşımı ile liderler çalışanlarını ve kendilerini psikanalitik bir bakış ile değerlendirebileceklerdir, kendi iç dünyalarını analiz edip, duygusal tepkilerini ve davranışlarını yönlendirebileceklerdir, bu noktada çalışma lider ve izleyici arasındaki etkileşim süreci açısından da önem taşımaktadır.

Anahtar Kelimeler: Psikanaliz, Freud, Liderlik, Psikodinamik Liderlik, Psikodinamik Liderlik Yaklaşımı, Yeni Liderlik Yaklaşımları

GİRİŞ

Psikodinamik liderlik yaklaşımının temellerinin aile ortamında bireyin kişiliğinin gelişim süreci ile birlikte olduğu ifade edilebilir. Bireyin çocukluk dönemlerinde ilk lider olarak algıladığı kişiler ebeveynleridir. Birey kişiliği ile ilgili ilk temel davranış kalıplarını ailesinden öğrenmektedir. Bireyin yaşadığı toplumla birlikte gelişen ve değişen dinamik bir kişilik yapısı varlığını göstermektedir.

Psikodinamik liderlik yaklaşımının anlaşılabilmesi için öncelikle psikanalitik teorilere bir bakış açısı gerekmektedir. Psikodinamik liderlik yaklaşımının temelinde, psikanalitik bilgiler yer almaktadır. Bu açıdan bakıldığında takdirde daha anlaşılabilir insan ilişkilerinin ve liderlik yaklaşımının söz konusu olduğu görülmektedir.

Psikanaliz, Freud ile başlayan ve sürekli olarak geliştirilen bir teoriler sistemidir. Klinik psikolojide bireylerin davranışlarının ve duygu durumlarının altında yer alan nedenlerin araştırılmasında analistler tarafından kullanılmıştır. Psikanaliz, Psikodinamik liderlik yaklaşımın temellerinde yer almaktadır. Bir lider kendi davranışlarını ve izleyicilerinin davranışlarını iyi bir şekilde analiz edebilirse, karşılıklı etkileşim sürecinin daha başarılı olacağı belirtilebilir. Çünkü kendisini ve izleyicilerini anlamayan bir lider başarılı bir şekilde ekibini yönetemez, astlarını güdülemede zorluklar yaşayabilir. Bu bağlamda Psikodinamik liderlik yaklaşımı, davranışları anlamada ve duygusal tepkileri çözümlemede liderin farklı bir bakış açısı ile olayları ve eylemleri değerlendirmesine imkan sunmaktadır.

Bu çalışma, Psikodinamik liderlik yaklaşımını psikanalitik teori çerçevesinde ele alarak, bireyin kişiliğinin ve liderliğin gelişimi, olayların ve davranışların çözümlenmesinde etkili olan psikanalitik kavramlar ile beraber liderliği farklı bir bakış açısı ile değerlendirmeye çalışmaktadır.

Psikodinamik Yaklaşım

Psikanaliz, insan davranışlarının psikolojinin yardımı olmaksızın anlamayacağı için psikanalizin çeşitli bilgi alanlarındaki, özellikle ruhsal bilimlerde uygulamaları Sigmund Freud tarafından 1895'te ele alınan "Bilimsel Bir Psikoloji Projesi" isimli denemesi ile birçok dile çevrilmeye başlamıştır ve dünyanın her tarafında bulunan psikanaliz uygulayan analist grupları gelişmeye başlamıştır. Freud, insan ruhunun bilimsel incelenmesi için ilk yöntemi keşfeden kişidir. Bireyin davranışlarını bilinç dışı etkinlikleri olarak görür. Kişiliğin bilinç dışında yer alan ve bireyin farkında olmadığı anılarla ve dürtülerle biçimlendiğini ileri sürer. Bu bağlamda, öz-analiz (kendi kendini psikanaliz), bireyin bilinçsiz süreçlerin doğasını keşfetmesini ve bunların

bilinçli olmaya gösterdiği direnmeyi anlamasını sağlar. Diğer bir ifade ile, bilinçsiz süreçlerle bilinen bilinçli süreçlerin işleyiş tarzları arasındaki büyük farklılıkları görmesini sağlar. Freud üç terim kullanmaktadır; bilinç, önbilinç, bilinçdışıdır (Freud, 1917: 18-50). Psikanaliz, Freud tarafından keşfedilen tedavi biçimini ifade etmektedir. İnsan psikolojisinin gelişim teorisini ve insan aklının yapısı hakkında hipotezleri öne sürmektedir. “*Psikodinamik*” kelimesi ise, yaygın olarak kullanılan tedavi modellerini tanımlamak için kullanılan klasik psikanalizden gelişmiştir. Psikodinamik danışmanlık Freud’un öncülüğünü yaptığı beceri ve tekniklerin yanı sıra eserlerinden türetilen kavramların çoğu ile ilgilidir. Bu kavramlardan bazıları; bilinçdışının rolü, kişiliğin yapısı, psikoseksüel gelişim evreleri, geçmiş ve çocukluk tecrübesinin önemi, ego savunma mekanizmalarının kullanımıdır (Hough, 2014:76). Psikodinamik terapistler, bireylerin düşüncelerinde, duygularında, ilişkilerinde ve yaşam deneyimlerinde tekrar eden temaları ve kalıpları tanımlamaya ve araştırmaya çalışır (Shedler, 2010: 99). Freud, kişiliğin gelişimini ve karakter yapısını inceleyen ilk kuramcı olarak kişiliğin gelişiminde bebeklik ve çocukluk yıllarının önemini vurgulamıştır. Freud’a göre çocukluk yıllarının ilk beş yılında kişilik biçimlenip, temel yapısının oluşturduğunu belirtmiştir. Çocuk bu süre zarfında sayısız dinamik değişimlerle karşılaşır. Altıncı yaşla birlikte gizlilik dönemi başlar ve değişimi dengeli bir duruma gelmektedir. Dinamizm ergenliğin başlaması ile yeniden artış gösterir ve yetişkinliğe doğru giderek durur. Bireyler psikolojik bütünlüğünü sürdürebilmek ve benlik değerini koruyabilmek amacıyla savunma mekanizmaları oluşturur. Bazı durumlarla baş edemeyip uyum sağlayamadığı zorlu durumlarda, nevratik bir savunma mekanizması geliştirebilir. Bazı depresif durumlarda ise, birey dıştan gözlemlendiğinde canlı, etkin ve dostça hareketler sergileyebilir. Yakından davranışları gözlemlendiğinde ise, eylemlere sığınma çabası fark edilebilmektedir. Çevreye uyum sağlamaya çalışsa da bu durumu devam ettirmede zorluklarla karşılaşabilir. Görev ve ilişkilerine bağlıdır ancak, bu bağlılık duygusunun depresif bireyin psikodinamiğinde önemli bir yer tuttuğu belirtilmiştir. Kendi iç dünyasından kaçmaktadır, içsel dünyasında yalnız ve bir boşluk duygusu hissetmektedir. Bu kişiler manik depresif eğilimli kişiler olarak algılanmaktadır. Böyle bir bireyin kendi içsel dünyası karmaşık ve kendisine bir yük gibi görünmeye başlar; içsel dünyasından kaçıp, derin duyguların yer almadığı yüzeysel gerçeklik dünyasında diğer insanlarla ilişki kurabilmeyi, konuşup şakalaşıp diğer bireyleri güldürebilmesine karşın diğer insanlara yönelik değil dışa yönelik bir kişilik sergileyebilir. Böyle bir birey dikkat toplama yerine eylemlere girişmeyi gerektiren işlerde başarılı olabilir (Gençtan, 1997: 63-153). Bu bağlamda, bireylerin davranışlarının anlaşılmasında,

fizyolojik ve biyokimyasal çalışmaların yanı sıra psikodinamik kavramların değerli olduğu ön plana çıkmıştır. Psikodinamik çerçevesinde davranış, varsayımsal zihinsel süreçlerin, isteklerin, korkuların, duyguların, içsel temsillerin ve onları düzenleyen, kontrol altına alan ve kanalize eden psikolojik süreçlerin bir ürünü olarak görülmektedir. Psikanalizin ilk yılları, temel insan motivasyonlarının kökenleri ve özellikle onları biyolojik kökleriyle ilişkilendirecek bir model geliştirme ile ilgilenmiştir. Freud, Alman bir terim olan “trieb” sözcüğünü diğer bir ifade ile ‘içgüdü’ olarak çevrilen ve ‘psşik, ruhsal enerji’ biçimine sahip olduğu varsayılan temel süreçlerin ifadesi için kullanmıştır. Bu dürtü teorisi, gelişim sürecinde ortaya çıkan motivasyonların kökenleri, motivasyonlardaki karmaşık değişimlere odaklanmaya ve nevroitik davranışların psikodinamik temelini anlamak için bir çerçeve oluşturmuştur. Psikanalizin ilk yıllarında, temel insan motivasyonlarının kökenlerini ve özellikle onları biyolojik kökleriyle ilişkilendirecek yeni bir model geliştirmek için çalışmıştır (<http://www.universitypsychiatry.com>, chapter 2).

Psikanaliz, bireyi konu edinmiş olmasına rağmen, bu durumu araştırırken bireyin toplumla olan ilişkisindeki duyguların, davranışlarını temellerinin varlığını da incelemektedir (Freud, 1909).

İlhan ve Çevik (2012: 53-59), psikodinamik anlamda bireylerdeki çekirdek kimliğin gelişimi ile beraber birey içinde yaşadığı toplumun grup kimliğini içselleştirmeye başlayarak, grup kimliğini de benimsediğini açıklamışlardır. Bireyin bebeklik döneminden itibaren çevresinde yer alan önemli kişilerin etkisi ile bireyin kendi sosyal çevresine uygun bir şekilde gelişim gösterdiğini ifade etmektedirler. Bireyin gelişiminde psikoseksüel gelişim basamakları ve nesne ilişkilerini açıklamak için psikanalitik kuramdan yararlanılmaktadır. Klinik anlamda ve olguların açıklanmasında psikanalitik ve psikodinamik yaklaşım birbiri ile aynı olmamasına rağmen genellikle birbiri yerine ve eş anlamlı olarak kullanılmaktadır ve aynı geleneğin temsilcileri olduğu ifade edilmektedir.

Psikodinamik teori, belirli bir “tutarlılık” için bir çerçeve çalışması sunabilmektedir. Psikodinamik öğrenme teorisi, tüm öğrenme veya motivasyonun bilinçli olmadığı öncüllerine dayanır. Psikanalitik konum doğrudan sınıf öğretimi ve öğrenmesiyle ilgilenmese de, davranış teorisi, tüm çocukların bilinçsiz motivasyonlarını, ihtiyaçlarını anlama konusundaki anlayışı derinleştirmede, çocukların özel ihtiyaçları ve yetişkinlerin çocukların gelişimindeki rolü hakkındaki farkındalığı belirlemektedir (Dean, 1986: 34-35). Freud tarafından oluşturulan bir kişilik teorisi olan psikodinamik teori uzun ve karmaşık bir tarihe sahiptir. Psikodinamik teori insan davranışını “içruhsal” açıdan ele almaktadır ve bireyin bilinçli farkındalığının kökenlerinin çocukluk

deneyimlerinde var olduğunu bu süreçlerin sıklıkla dışarıdaki kişilerarası kalıpların tekrarı ile oluşabildiğini, memnuniyet arayan temelli dürtülerin insan davranışının belirlenmesi kritik bir rol üstlendiğini belirtmektedir (Deal,2007: 184-186). Psikodinamik yaklaşım, bir kişinin davranışlarının biyolojik dürtüleri tarafından şekillendirilen bilinçdışı motifleri tarafından belirlendiğini savunur ve bunu deterministik bir yaklaşım haline getirenin deneyimler olduğunu ileri sürer. Psikodinamik yaklaşım etkileşimci bir pozisyon alır ve birey tarafından yönlendirildiğini kabul eder. Bireyin davranışlarının yönlendirilmesinde doğuştan gelen ve biyolojik içgüdülerin büyük ölçüde değiştirildiğini savunmaktadır (<http://psychotron.org.uk>). Psikodinamik yaklaşım, kişiliğin gelişiminde iç güdüsel itici güçlerin ve gelişim deneyimlerinin önemini vurgulamaktadır. Psikodinamik teoriler, insan davranışının incelenmesinde, iç süreçler, kişilik, motivasyon, çocukluk deneyimleri ve itici güçler gibi faktörleri içermektedir. Kişilik, kalıtsal etkileşim faktörlerini, çevresel faktörleri ve gelişim için hazır olan zaman faktörlerinden etkilenmektedir. Kişiliğin çeşitli bileşenlerini huy, mizaç ve karakter oluşturmaktadır. Psikodinamik, sistematik bir çalışmadır ve insan davranışlarının altında bulunan psikolojik kuvvetlerin teorisidir. Temel psikodinamik model; id, ego ve süperegö arasındaki dinamik etkileşimler üzerine odaklanmaktadır. Freud'un Psikodinamik teorisine göre, kişilik gelişimi devam eder, çeşitli aşamalar ve bireyin beş yaşına geldiği zaman tamamlanır. Bu zamana kadar bireyin sahip olduğu kişilik hayat boyu taşıyacağı kişilik özelliklerinin temelini oluşturur (<http://egyankosh.ac.in>). Horney (1939), psikanalitik düşüncenin temelinde dinamik kişilik kavramının yer aldığını ve bu durumun bireyin tutumları ve davranışları ile güdülenmelerin, çöşkusal güçlerde var olduğunu genel bir varsayım olarak sunmuştur. Belli bir kişilik yapısını anlamak için çatışan yapıdaki çöşkusal diğer bir ifade ile duygusal itkilerin (güdü) kavranmasını gerektiren özel bir varsayım olarak ifade etmiştir.

Psikodinamik Liderliğin Kavramsal Boyutu

Psikodinamik liderlik yaklaşımı, duygusal olarak rahatsız olan bireyler ile ilgilenen yöntemlerden oluşan psikanalize ve psikolojik kişilik gelişimi teorilerinin temelinde dayanan bir yaklaşımdır. Psikodinamik liderlik yaklaşımı, liderlerin kendi kişilik özelliklerine ilişkin içgörü kazanmalarına ve aynı zamanda astlarının kişiliklerini daha iyi anlamaları açısından kişilik bazında bir vurguya odaklanmaktadır. Liderler, çalışma grubu üyelerini kendi kişilikleri hakkında da fikir edinmeye teşvik etmelidir ve böylelikle lider-üye ilişkisinde birbirlerini ve tepkilerini kolaylıkla anlayabilirler. Psikodinamik yaklaşımda liderliğe bakışta önemli olan kavramlar; aile kökeni, bireyselleşme, bağımlılık ve bağımsızlık, regresyon (geçmiş) ve ego gölgeleme (gölge benlik)

kavramlarıdır. Bu kavramlar, psikanaliz ve psikiyatriden gelmektedir ve bazen anlaşılmasında güçlüklerle karşılaşılabilir. Psikodinamik teoriyi daha erişilebilir ve anlaşılabilir kılma çabalarının kökenleri bu durumdan kaynaklanmaktadır. Psikodinamik liderlik yaklaşımı iki temel öneri sunmaktadır; (i) liderler kendi psikolojik yapıları hakkında bir kavrayışa sahip olur ise üyeleri üzerinde daha fazla etki oluşturabilirler. (ii) Liderler izleyicilerinin psikolojik yapısını anladıklarında daha etkilidirler. Bu bağlamda yaklaşım, kişilik özellikleri veya stilleri hakkında hiçbir varsayımda bulunmaz. Bir liderin duygusal tepkileri, izleyicilerine davranış biçimleri hakkında içgörü sahibi olması gerektiğini vurgulamaktadır (Stech, 2010: 1).

Örgütsel yaşamda psikanalitik bir bakış açısı bilinçsiz ve irrasyonel süreçlerin öncül bir rol oynamaktadır. Bireylerin kaygılı olduğu ve risk içeren durumlarda veya algılanan durumlarda bir örgütsel görevi yerine getirirken daha belirgin bir durumda ortaya çıkabilmektedir. Bilinçdışı davranışların birden çalıştığı ve etkilerinin olduğu ileri sürülmektedir. Bunlar, rol etkinliği, grup kimliği, karar verme süreçleri, örgütsel davranış ve dış çevresel ilişkilerin yansımada görülebilmektedir. Bu durum yetişkinlerin bilinçdışı ve kendini koruyan savunmasının kökenlerinin çocuklukta bulunduğunu ve günlük hayattaki stresin ve endişenin bilinçsiz eylemlere neden olabileceğinden kaynaklanabileceğini ileri sürmektedir. Örgütsel psikodinamik bakış, bazı anahtar kavramları içermektedir. Bu kavramlar;

- Anksiyete: çeşitli derecelerde neden olan bir duygusal stres kaynağı psikolojik rahatsızlık olarak tanımlanmaktadır.
- Ego savunması: kaygı girişimini engelleyen ego savunması kaygının olma duygusunu durdurma durumudur. Ancak, bazı duyguların sızıntı yaparak bilinçsizce bir davranış veya reddetme şeklini alabilmektedir.
- Davranışlar veya sosyal savunma; kaygıya karşı grup savunmalarının temel varsayım biçimini oluşturur.
- İş savunma davranışı; grup için sağlıklı ve verimli bir görevin oluşması için fırsat sunmaktadır.
- Görev; sistemin bir amacıdır. Grup ve örgüt olmayı ifade eder.
- Yetki; sistemin çeşitli görevleri yerine getirme rolüne yaptığı yatırımdır.
- Rol; sistemin çeşitli gereksinimlerine göre üyenin başkaları ile olan ilişkilerini yansıtır.
- Sınır; sistemin sınırlarını ve kapsamını tanımlar.
- Sosyal savunma, örgütsel savunma; grup mitlerini ve ritüellerini içermektedir.

Grup üyelerinin özellikleri ile ekibin işleyişi arasındaki ilişkiyi yansıtan, ekibin değişime uyum sağlama yeteneğini ve psikodinamik sistemlerin kullanımı sonucunda grup işlevinin anlaşılması için bir liderlik tarzı uygulamasına ihtiyaç duyulmaktadır (Jarrett ve Kellner, 1996: 54-57).

Psikoanalitik yaklaşım, örgütlerin temel akımında yer almasa da psikanaliz giriş araştırmaları ile daha fazla tanınmaya başlamıştır. Örgüt içindeki grup süreçlerinin anlaşılması, bütün işleyiş mekanizmaları, organizasyonlar ve toplumlar için gereklidir; sadece bireyin iç dünyasını değil, tüm mekanizmaların çalışmasını kapsamaktadır. Psikodinamik yaklaşım içinde ele alınabilecek temel olaylardan birisi, örgütün işleyişinin sistematik koşullarını içeren psikoanalitik paradigmaya dayanması, davranıştan sorumlu mekanizmaların üst düzey ilişkileri ile tanımlanmasıdır. Sadece rasyonel bilişe erişilebilecek düzeyde değil aynı zamanda bilinç alanının ötesinde işleyen mekanizmaların tanımlanmasında da grup üyelerine yardımcı olmaktadır. Psikoanalitik yaklaşım kişilerarası ilişkilere odaklanmaktadır, örgüt üyelerinin hem astlarla hem üstlerle olan rollerinde bilinçli ve bilinçsiz davranışların dikkatle odaklanması varsayımını yansıtmaktadır. Böylelikle, kişilerarası tamamlayıcı rolleri incelemeye yardımcı olur. Yönetim ekipleri ve üyeleri birbirlerine saygı gösterir, beklenti ve inançların anlaşılmasında yol gösterici olmaktadır. Negatif benlik saygısının, işlevsel olmayan davranışların değiştirilmesinde de faydalar sunabilmektedir (Barabasz, 2016: 155-156).

Trehan (2007: 73-77) psikodinamik perspektifin sadece güç ve kontrol konularını keşfetmekle kalmadığını, aynı zamanda bireyin gelişim sürecini etkileyen politik ve kültürel çevrenin incelenmesinin de gerekli olduğunu ifade etmiştir. Bu bakış açısı liderlik gelişim sürecinin karmaşıklığını benimseme yolunda, araçsal yaklaşımların ötesine geçmeyi sağlamaktadır. Psikodinamik yaklaşımın temelinde tecrübelerden öğrenme yer almaktadır. Gelişime, kavrayışa ve anlayışa odaklanarak, diğer yaklaşımlardan gelen psikodinamik bilinç altından kaynaklanan bir öğrenmedir. Bu tür öğrenmeye, düşünmeye ve uygulamaya liderlik etmenin karmaşık ve çok boyutlu bir iş olduğunu belirtmiştir. Liderlik, sosyal ve örgütsel psikologlar tarafından ve bir grup tarafından örgütsel fenomen olarak görülüp, rol davranışları ile bireyi ve başkalarını bir hedefe doğru etkilemek olarak görülmüştür. Liderler, izleyicilerinin davranışlarını ve niteliklerinin anlaşılması ile sosyal bir etki oluşturabilmektedir. Psikodinamik yaklaşım; birey, grup ve gruptaki liderlik gelişimini bilinçli ve bilinçsiz süreçler olarak örgütsel seviyede keşfetme fırsatı sunmaktadır. Psikodinamik bakış açıları, davranışlar arasında farklılaşan rasyonel görev performansı, duygusal ihtiyaçlar ve endişelere yönelik yaklaşımları açıklamaktadır.

Psikodinamik liderlik, örgütsel mevcut grup baskılarını kavramak için örgütsel dinamikleri, açık sistem kavramlarını, örgütsel yaşam ve buna bağlı talepleri anlayabilmek için yeni liderlik biçimi olarak değerlendirilebilir. Sosyal-psikolojik dönüşümlerin örgüt yapılarında, dinamiklerinde ve süreçlerde kaos ve endişe duyguları yerine katkı sağlamaktadır. Liderler çalışanlar için birer “öğrenme merkezilerine” dönüştürülmelidir. Böylelikle lider-üye ilişkisi birbirine bağımlı, açıklığa önem veren, kırılabilirliğin ve yeni davranış düzeylerin kolaylıkla kavranabileceği bir hale dönüşebilmektedir (Shapiro, 1999: 406).

Alanyazında Yer Alan Psikodinamik Liderlik Çalışmaları

Abse ve Jessner (1961), duygusal rahatsızlıkların psikanalitik araştırması, insanlar için genel olarak gizli ve bilinçli olmayan motivasyonların tanınmasına ve erken deneyimlerdeki kökenlerin anlaşılmasına yol açmıştır. Bu bulgular, aynı zamanda liderlik arayanların ve liderliklerin motivasyonlarını da aydınlatmaktadır. Bir bebek ilk başta hayatta kalmak için ailesine bağlıdır. Bu dönemlerde çocuklar ebeveynlerin görkemli, her şeyi bilen, bilim ile donatılmış bireyler olarak görür ve çocuk onlarla özdeşleşerek güç kazanır. Aile onların potansiyel bir lider konumundadır. Ailenin ayrılmaz bir parçası olurlar, jestlerini ve seslerini taklit ederler böylece güçlerine katılırlar. Lider-üye ilişkisi de bu şekilde oluşmaktadır. İzleyici daha büyük bir güçle değiştirilmiş bir öz-
imge arzusu ile lideri idealize gördüğünde gerçekleşmektedir.

Jager vd. (2003), liderlik geliştirme programının sistem psikodinamik duruş açısından ele almıştır. Temel amacı, sürekli değişen ve gelişen yeni ekonomi ağındaki örgütlerde psikanalitik bilgi sahibi değişim liderlerini geliştirmektir. Otuz lider ile odak grup çalışmaları gerçekleştirmiştir. Yapılan görüşmelerde grubun sıklıkla patolojik liderlik kişilik özelliklerinde doğru gerileme, bilinçsiz bir grup olma yönünde bir gerileme, gizli koalisyon ve sosyal olarak yapılandırılmış savunma sistemleri gibi örgütsel süreçlerde psikodinamik liderlik davranışı hakkında farkındalıkları olduğunu belirtmiştir. Bu yeni liderlik rolünün benimsenmesi ile birlikte sistematik bir bütün olarak çalışması gereken kişisel otoritenin böylelikle içgörü kazandığını ifade etmiştir.

Ward (2008), psikodinamik grup liderliği koçluğunu ele almıştır. Üst düzey yöneticilerin tipik olarak fonksiyonel pozisyonlarda liderlik rollerine geçişte liderlik gelişim süreci psikodinamik tekniklerle vurgulanan bir grup koçluğu sürecine katıldığını belirtmektedir. Bu yöneticiler esasen geçiş sürecinde olup, daha stratejik, geniş kapsamlı ve vizyoner bir yaklaşım benimsemek için fonksiyonel rollerini bırakma zorluklarıyla mücadele etmektedir. Bir psikodinamik grup koçunun yetenekleri sadece psikoterapinin temellerini değil aynı zamanda örgütsel yönetimin temellerini de kapsar.

Abrahams (2009), liderlikte psikodinamik sistem görünümünün tanımlanmış kavramlar ve süreçleri netleştirdiğini, liderlik rollerini tanımladığını belirtmiştir. Bir liderlik anlayışının ve bunun içindeki etkileri psikodinamik bir bakış açısı ile ele alınması gerektiğini ifade etmiştir. Bu nedenle öncelikle, sistemlerin psikodinamik perspektifini bir çerçeve olarak sunmuştur, daha sonra ise, örgütlerin içindeki sistemlere psikodinamik açıdan liderlik edilmesi ve sistem içindeki etkilerini ele almıştır.

Ward vd. (2014), psikodinamik grup koçluk müdahale tekniğinin üst düzey yöneticiler üzerinde olumlu sonuçları olduğunu belirtmiştir. Örgütsel yaşamda ortaya çıkabilecek bilinçdışı davranış ve kalıpların psikodinamik yaklaşım ile vurgulanır. Psikodinamik grup koçluğu müdahalesi, çoğu katılımcılar süreçten büyük memnuniyet duyduğunu ifade etmiştir.

Cilliers ve Terblanche (2010), psikodinamik liderlik koçluğu sırasında psikodinamik öğrenme deneyimlerini araştırmıştır. Psikodinamik liderlikte örgütsel kimliğin değiştirilmesi, birden fazla liderlik rolü üstlenmek, kendine yetki vermek zorunda olmak gibi karmaşık bir matris sisteminde bilinçli ve bilinçsiz psikolojik yönetimi, çakışan sistemler içindeki ve arasındaki sınırların belirlenmesi, sürekli olarak görev ve insan yönetimini içerir. Koçluk görevi, liderlere içgörü kazanmaya yönelik öğrenme fırsatları sunar. Kaygı, görev, roller, yetkilendirme açısından bilinçli ve bilinçsiz liderlik sınırları ve kimlik oluşturur. Liderlik çalışmalarında ortaya çıkan davranışsal yapıların takip edilmesinin psikodinamik liderlik koçluğu ile olabileceğini ileri sürer.

Glover ve Trehan (2018), bir aile işletmesindeki kadınların eylemlerinde liderlik uygulamalarının bireysel, duygusal deneyimlerini araştırmaktır. Psikodinamik teori, liderlerin çalışmalarında ortaya çıkabilen çelişkileri anlamalarına yardımcı olabilmektedir. Elde ettikleri bulgulara göre, küçük bir aile işletmesinde duyguların ve güç ilişkisinin merkezi bir konumda olduğunu göstermiştir. Aile işletmesinin psikodinamiği, bireylerin günlük çalışma hayatlarında ve olumlu ve olumsuz duyguların altında yatan karmaşık duygu etkileşimi ve bilinçdışı anlayışını aydınlattığını belirtmiştir.

Eeden (2010), örgüt içindeki süreç ve dinamiklerin yönetim ekibine, takım üyelerine, liderlik ve kişilik profillerine nasıl yansıdığını araştırmıştır. Yöneticilerin yarısının transformasyonel(dönüşümsel) ve transaksiyonel (işlemci)liderlik stilleriyle ilişkili davranış sergilediğini, ekibin diğer yarısının ise pasif liderlik stilleri ile ilgilidavranışlar gösterdiğini belirtmiştir.Grup dinamiği, grubun psikodinamiğini ve grubun bilinçli süreçlerini etkileyen gizli yönleri ve grubun davranışlarını açıklamaktadır.

Petriglieri (2012), Lider kimliğinin gelişimi ve korunması için bilinçli ve bilinçsiz süreçleri içeren psikodinamik bir bakış kullanılması gerektiğini belirtmiştir. İhtiyaç duyulan liderlik rollerinde uygun kimliğin şekillendirilmesi ve sürdürülmesi için bu rollerin özdeşleşmesi gerekmektedir. Lider gelişiminde öz farkındalığın ve öz yönetimin önemini vurgulamıştır.

Arnaud (2012), iş, liderlik ve örgütlerin psikodinamiğine odaklanan araştırmaların uzun yıllardır şekillendiğini ileri sürmüştür. Bu durumun tam kanıtı olarak psikanalizin yönetimle ilgili çalışmalara uygulanmasındaki ilgiyi göstermiştir. İlk olarak psikanalizin bilinçaltı etkilerinin göz önünde bulundurularak araştırmacılara örgütsel işleyişin daha derinlemesine bir anlayış geliştirmelerine yardımcı olabileceğini, ikincisi; analitik tedavinin yönlerini çalışanlara aktararak, bütünleşmeyi sağlayıp, onları farklı müdahale alanlarına yönlendirebilir. Son olarak, yöneticileri psikanalitik etik ile konuyu veya sorunu yeniden sorgulamaları açısından yol gösterebilir. Tüm bu konuları ele alarak psikanalitik teoriyi yönetim çalışmaları için bir paradigma olarak sunmaktadır.

Kets de Vries vd. (2006), kişilik denetiminde psikometrik özellikleri tanımlayan bir model tanımlamaya çalışmıştır. Kişilik denetimi, yöneticilerin çeşitli motivasyonel ihtiyaçlarını karşılamak için çoklu geribildirime olan ihtiyaç için geliştirilmiştir. Bu bağlamda, psikodinamik liderlik yaklaşımı, kişilik denetimi ile katılımcının insan davranışında önemli olan kişilik boyutları ile kendisini daha iyi tanınmasını, kendisini veya bireyleri değerlendirirken kişisel kör nokta olarak tanımlanabilecek alanları keşfetmesine izin vermektedir.

Greyvensteinve Cilliers (2012), psikodinamik bir bakış ile izleyicilerin örgütsel liderlik ile ilgili deneyimlerini incelemiştir. Elde edilen bulgular, izleyicilerin liderliği nasıl ele aldığını ve liderlikte görülen tutarsız davranışlara karşı olumsuz etkiler olduğunu göstermiştir. Örgütsel liderlerin büyük bir baskı ve saldırı altında olduklarını, özellikle izleyicilere karşı özenli ve destekleyici görünmüyorsa, liderlerin bilinçdışı doğasının daha iyi anlaşılması gerektiğini vurgulamaktadır. Liderlerin iş dünyasına daha çok odaklandığını, izleyicilerin dikkate alınmadığını ve onaylanmadığı hissettiren davranışların olumlu karşılanmadığı, değişimi ve dönüşümü etkili bir şekilde yönetme güçlüğü yaşayabildiklerini ifade etmiştir.

Akdemir ve Özer (2018), psikodinamik liderliği teorik açıdan incelemiştirler. Psikodinamik liderlik yaklaşımında, liderin birtakım kişilik özelliklerini ailede kazanmaya başlaması ile liderlik becerilerinin geliştiğini belirtmişlerdir. Bu yaklaşım ile liderin kendisini ve izleyenlerini tanıması ve empati kurma yeteneğini geliştirdiğini teorik açıdan değerlendirilmiştir.

Dashtipour ve Vidaillet (2017), psikanalitikliteratürün, örgütsel yaşamla ilişkili olan etkilerinin (liderlik, güç, öğrenme ve değişim gibi) araştırıldığını ancak, işin kendi doğası nedeniyle ortaya çıkan etkilerin yeterince araştırılmadığını ifade etmiştir. Bu kapsamda çalışmada üç temel katkı üzerinde durmuştur. Mevcut psikanalitik uygulamaları genişleterek iş sürecinin kendisinin nasıl etkili olduğunu gösteren bir bakış açısı geliştirmek, işin duygusal yaşamdaki merkezietini ele alarak örgüt çalışmaları yapılmasını, çalışanların kollektif bir işledesteklenmesi ile düzgün bir iş ve duygusal acının üstesinden gelmede yol gösterebileceğini ileri sürmüştür.

SONUÇ

Psikodinamik yaklaşım, bireyin bilinç ve bilinç dışı davranışlarının kaynağını oluşturan nedenlerin analiz edilmesi ile ilgilenmektedir. Bireyin kendisini, öz belğini daha iyi tanımasını için alternatif yolları göstermektedir. Bu yaklaşımın örgüt içinde önemli olduğu görülmektedir. Örgütlerin hızla değişen ve gelişen süreçlere adaptasyon sağlayabilmesi bu değişimi karşılayıp, yoğun rekabet ortamında varlıklarını sürdürebilmesi gittikçe zorlaşmaktadır. Bu bağlamda, bir örgütü ayakta tutan, başarıya ulaşmasında kilit rol oynayan unsur çalışanlarına önem verilmesidir. Çalışanların daha iyi anlaşılması, istek ve beklentilerinin karşılanması, motivasyonlarının sağlanmasında ve örgüt içindeki tutumlarının, davranışlarının anlaşılmasında ve bu davranışlarının nedenlerinin çözümlenmesinde Psikodinamik liderlere örgütlerin her geçen gün ihtiyaçlarının arttığı belirtilebilir.

Psikanalitik yaklaşımların örgütsel davranış alanında da ele alınması gereken yaklaşımların içerisinde yer alması gerektiği ifade edilebilir. Bireyin psikolojik yönünün ihlal edilmemesi hem çalışanların tepki, davranış ve tutumları analiz edilmesi konusunda yardımcı olabilecektir hem de örgütsel psikolojinin liderler tarafından daha iyi anlaşılmasına katkı sunabilecektir. Psikodinamik liderlik yaklaşımın, birey, kişilerarası ve grup düzeyindeki davranışların temel nedenlerinin öğrenilmesini ve örgütsel seviyede bu durumun çözümlenebilmesinde fırsatların değerlendirilmesini sağlamaktadır. Örgüt içinde rollerin yerine getirilmesinde, performans, etkili iletişime açık ve net bir bakış açısı öngörebilmektedir. Duygusal ihtiyaçları ve beklentileri karşılanan çalışanlar kendilerinin örgüt içinde daha mutlu hissedebilmektedir.

Psikodinamik bir bakış açısı örgütsel davranış anlamada, çalışanların direnme süreçlerini yönlendirilerek örgütsel faydaya dönüştürebilmeyi, çalışanların keşfedilemez ve belirli olmayan yönlerinin aydınlatılmasında ve liderlerin izleyicileri ile daha kolay empati yeteneği geliştirmesinde etkili olduğu görülmektedir.

Psikodinamik liderlik yaklaşımı, örgütsel bir seviyede psikolojinin irdelenmesini, psikanalizin çalışanların ilişkilerinin ve davranışlarının anlaşılması açısından da örgütsel davranış alanında daha çok ele alınması ve uygulama örnekleri geliştirilerek bu alanda yer alması gereken bir yaklaşım olduğu ifade edilebilir. Bu bağlamda kendinin ve çalışanlarının davranışlarını analiz edebilen liderler örgütsel başarı için önemli bir unsuru oluşturmaktadır.

REFERANSLAR

1. Abrahams, F. (2009). Systems psychodynamics. Chapter 2. Erişim Tarihi: 22.06.2022.<https://www.in-relation.org/downloads/SystemsPsychodynamics-Intoduction.pdf>.
2. Abse, W., Jessner, L. (1961). The psychodynamic aspects of leadership. *Daedalus*, 90 (4), 693-710.
3. Akdemir, B. ve Özer, E.K. (2018). Psikodinamik yaklaşım temelinde liderlik. *Social Sciences Studies Jorunal*, 4 (13), 39-50.
4. Arnaud, G. (2012). The Contribution of Psychoanalysis to Organization Studiesand Management: An Overview. *Organization Studies*, 33 (9), 1121– 1135.
5. Barabasz, A. (2016). Psychodynamic perspective of organizational change. *Management*, 20 (1), 155-166.
6. Cilliers, F. ve Terblanche, L. (2010). The systems psychodynamic leadership coaching experiences of nursing managers. *Journal of Interdisciplinary Health Sciences*,15 (1), 1-9.
7. Dashtipour, P. ve Vidaillet, B. (2017). Work as affectiveexperience: the contribution of christophe dejours psychodynamics of work. *Organization SAGE Publications*, 24 (1), 18-35.
8. Deal, K. H. (2007). Psychodynamic theory. *Advances in Social Work*, 8(1), 184-195.
9. Dean, A.V. (1986). Psychodynamic theory in early childhood education: a look at the contributionss of Anna Freud, Melanie Klein, Erik H. Erikson, Susan Isaacs, Bruno Bettelheim, C.M. Frijling-Schreuder and Margaret Ribble. *International Journal Of Bahamian Studies*, 5, 34-47.
10. Eeden, R. V.(2010). Combining leadership, the orywith a psychodynamic perspective to explain the functioning of a management team. *Journal of Psychology in Africa*, 20 (2), 311-319.
11. Freud, S.(1917). *Psikanalize giriş dersleri*.(Çev. S. Budak, 2018). 7.Basım. İstanbul: Öteki.
12. Freud, S.(1909). *Psikanaliz üzerine beş konferans ve psikanalize toplu bakış*.(Çev. K. Şipal ,2018). İstanbul: Say.
13. Glover, J. ve Trehan, K. (2018). Using psychodynamics to uncover leadership practice: family farm women in action. <http://wp.lancs.ac.uk/islc-2018/conference-proceedings>.
14. Greyvenstein H. ve Cilliers, F. (2012). Followership's experiences of organisational leadership: a systems psychodynamic perspective. *Journal of Industrial Psychology*, 38(2), 1-10.

15. Gençtan, E. (1997). *Psikodinamik psikiyatri ve normal dışı davranışlar*. 13. Basım. İstanbul: Remzi
16. Horney, K. (1939). *Psikanalizde yeni yollar*. (Çev. S. Budak, 2017). 1. Basım. İstanbul: Totem.
17. Hough, M. (2014). *Counselling skills and theory*, 4th Edition. [https://nscpolteksby.ac.id/ebook/files/Ebook/Business%20Administrati on/Counselling%20Skills%20and%20Theory%20\(2014\)/3%20-%20Psychodynamic%20counselling.pdf](https://nscpolteksby.ac.id/ebook/files/Ebook/Business%20Administrati on/Counselling%20Skills%20and%20Theory%20(2014)/3%20-%20Psychodynamic%20counselling.pdf).
18. Jarrett, M. ve Kellner, K. (1996). Coping with uncertainty: a psychodynamic perspective on the work of top teams. *Journal of Management Development*, 15 (2), 54-68.
19. Jager, W., Cilleriers, F. ve Veldsman, T. (2003). Leadership development from a systems psychodynamic consultancy stance. *SA Journal of Human Resource Management*, 1 (3), 85-92.
20. Kets de Vries, M. F.R., Vrignaud, P., Korotov, K., Engellau, E. ve Florent-Treacy, E. (2006). The development of the personality audit: a psychodynamic multiple feedback assessment instrument. *International Journal of Human Resource Management*, 17 (5), 898- 917.
21. İlhan, R.S. ve Çevik, A. (2012). Önyargıların psikolojisi: psikodinamik bir gözden geçirme. *Nesne Dergisi*, <http://www.nesnedergisi.com/makale/pdf/1365951202.pdf>. Doi: DOI: 10.7816/nesne-01-01-03.
22. Petriglieri, G. (2012). The unwanted self: projective identification in leaders' identity work. *Organization Studies*, 33(9), 1217– 1235.
23. Shapiro, E.R. (1999). The psychodynamics of leadership, *International Journal of Group Psychotherapy*, 49: 3, 405-407.
24. Shedler, J. (2010). The efficacy of psychodynamic psychotherapy. *American Psychological Association*, 65 (2), 98–109.
25. Stech, E. L. (2010). The psychodynamic approach. Erişim Tarihi: 19.06.2022. <http://leadershiptheories.blogspot.com/2010/02/psychodynamic-approach.html>.
26. Trehan, K. (2017). Psychodynamic and critical perspectives on leadership development. *Advances in Developing Human Resources*, 9 (1), 72-82.
27. Ward, G. (2008). Towards executive change: a psychodynamic group coaching model for short executive programmes. *International Journal of Evidence Based Coaching and Mentoring*, 6 (1), 68-78.

28. Ward, G., Loo, E. ve Have, S. (2014). Psychodynamic group executive coaching: a literature review. *International Journal of Evidence Based Coaching and Mentoring*, 12 (1), 63-78.
29. http://www.universitypsychiatry.com/clientuploads/picp/02_PICPs.pdf.
30. http://psychotron.org.uk/newResources/approaches/AS_AQB_approaches_PsychodynamicBasics.pdf.
31. <http://egyankosh.ac.in/bitstream/123456789/23514/1/Unit-1.pdf>.

78. Bölüm

Ömür İklim Demir'in "İçler Dışlar Çarpımı" ve "Vasati Kırk Yaş" Adlı Öykülerinde Üstkurmaca, Heteroglossia, Polifonik Yapı, Diyaloji ve Yansıtıcı Bilinç

Şeref nur ATİK¹

¹ Dr. Öğrt. Üyesi.; İstanbul Gelişim Üniversitesi İktisadi İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi
Türk Dili ve Edebiyatı Bölümü. satik@gelisim.edu.tr ORCID No: 0000-0003-0319-6662

Özet

Modern tekniklerle yazılmış olan metinler, geleneksel gerçekçi tekniklerle yazılmış olan metinlerden farklı özelliklere sahiptirler. Polifoni, heteroglossia, üstkurmaca, diyaloji, dramatik metod gibi özellikler, modern metinlerin geleneksel gerçekçi metinlerden farklı olarak sahip oldukları özellikler arasında sayılabilir.

Burada “modern teknikler” sözcükleriyle, modernist / postmodernist özelliklere sahip olan kurmaca metinlerde görülen özellikler anlatılmak istenmiştir. Eisntein fiziği ve izafiyet teoremi ile “zamanın göreceliliği” bilgisinin, kurmaca metinlerde üç boyutlu zamandizinsel süreç ve bilinçakışı tekniklerinin ortaya çıkmasına neden olduğu söylenebilir. Dostoyevski romanlarından sonra; geleneksel gerçekçi metinlerde daima sesi duyulan anlatıcının; kısmen veya bütüncül olarak aradan çekilmesi ile kurmacada “protagonistin” kendisini kendisinin “var kılmasını” mümkün hale getirmiştir. Bunun ardından da Michail Bachtin’in işaret etmesiyle kurmacada polifoni (çok seslilik), diyaloji, heteroglossia (çok dillilik) gibi teknik özellikler ve karnaval kuramı ortaya çıkmıştır. Postmodern metinlerde görülen üstkurmaca özelliğinin de; yukarıda sayılan özelliklerle beraber, kurmaca metin yazmanın bir “oyun / oyunsuluk” gibi sunulmasının ardından ortaya çıkmış olduğu söylenebilir.

Bu çalışmada Ömür İklim Demir adlı yazarın birçok ödül almış olduğu belirtilen ve on dokuzuncu basımı yapılmış olan “Muhtelif Evhamlar Kitabı” adlı eserinde bulunan “İçler Dışlar Çarpımı” ve “Vasati Kırk Yaş” adlı öykülerinde görülen polifoni (çok seslilik), diyaloji, heteroglossia, üstkurmaca, dramatik metod gibi tekniklerin neler olduğu / nasıl oluşturulduğu üzerinde durulacaktır.

Anahtar kelimeler: Üstkurmaca, protagonist, karnaval kuramı, polifoni, heteroglossia

METAFICTION, HETEROGLOSSIA, POLIFONIC STRUCTURE, DIALOGUE and DRAMATHIC METHOD WHICH ARE USED IN ÖMÜR İKLİM DEMİR'S STORIES "İÇLER DIŞLAR ÇARPIMI" and "VASATİ KIRK YAŞ."

Abstract

Texts written with modern techniques have different characteristics from texts written with traditional realistic techniques. Features such as polyphony, heteroglossia, metafiction, dialogue, dramatic method can be counted among the features that modern texts have unlike traditional realistic texts.

Here, the words "modern techniques" are intended to describe the features seen in fictional texts with modernist and postmodernist features. It can be said that Einstein's physics and relativity theorem and knowledge of "time relativity" have led to the emergence of three-dimensional chronological processes and stream-of-consciousness techniques in fictional texts. After Dostoevsky's novels, the narrator whose voice is always heard in traditional realistic texts; it has made it possible for the "protagonist" in fiction to "make himself into existence" by his partial or total withdrawal. After this, technical features such as polyphony (multiple voices), dialogue, heteroglossia (multilingualism) and carnival theory emerged in fiction with Michail Bachtin's pointing out. The metafictional feature seen in postmodern texts; Along with the features mentioned above, it can be said that it emerged after the writing of fictional text was presented as a "game / playfulness".

In this study, the polyphony (multiple voices), dialogue, heteroglossia found in the stories "İçler Dışlar Çarpımı" and "Vasati Kırk Yaş" included in the nineteenth edition of "Muhtelif Evhamlar Kitabı" by the writer Ömür İklim Demir, which is stated to have received many awards and which was published in the nineteenth edition. It will focus on what techniques such as metafiction, dramatic method, heteroglossia are / how they are created.

Key words: Metafiction, protagonist, carnival theory, polifoni, heteroglossia

Giriş

Ömür İklim Demir'in "Muhtelif Evhamlar Kitabı" adlı eseri, Yapı Kredi Yayınları tarafından ilk defa 2015 yılında yayımlanmıştır. Tarafımızdan üzerinde çalışırken kullanılmış olan eser, kitabın Yapı Kredi Yayınları tarafından yapılmış olan on yedinci baskısıdır.

"Muhtelif Evhamlar Kitabı" adlı eserin içinde sırasıyla "İçler Dışlar Çarpımı", "Vasati Kırk Yaş", "Tuz", "Sonsuz Rasim Abiler Diyarı", "Dün Gece Ansızın", "Kartela", "Saraylı'nın Üç Ölümü", "İki Oda Bir Salon Yarım Hayat", "Uzun Uzun Çalan Ziller ve Bir Mutfak Kapısı Hakkında", "Sessizliği Öldüren Tuzluk" olmak üzere on tane öykü bulunmaktadır. Bu öykülerden "İçler Dışlar Çarpımı" ve "Vasati Kırk Yaş" adlı iki öykünün birbiri ile ilişkili oldukları görülmüştür. Bu nedenle her iki öykü de bu çalışmanın kapsamı içinde yer almıştır.

Çalışmada önce "İçler Dışlar Çarpımı" ve "Vasati Kırk Yaş" adlı öykülerin özetleri verilecek ve ardından sahip oldukları polifoni, heteroglossia, üstkurmaca, diyaloji ve dramatik metod gibi özellikler hakkında değerlendirmeler

yapılacaktır. Yazarın adları verilmiş olan metinleri hakkındaki değerlendirmelere geçmeden önce, kısa biyografisinin sunulması uygun bulunmuştur.

“Muhtelif Evhamlar Kitabı” Adlı Eserin Yazarı Ömür İklim Demir Hakkında

Yazar Ömür İklim Demir, 1980’de Adana’da doğmuştur, Tarsus’ta büyümüştür. İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesini bitirmiştir. Yedi yıl ceza avukatı, üç yıl da reklam yazarı olarak çalışmıştır. Öğrencilik yıllarında çeşitli fanzinlerde ve teknoloji dergilerinde yazarlık yapmıştır. İlk öyküsü 2010’da Varlık Dergisinde, ilk kitabı “Muhtelif Evhamlar Kitabı” 2015’te YKY’de yayımlanmıştır. Yazar bu kitabıyla, 2016 yılında Haldun Taner Öykü Ödülüne ve Ankara Üniversitesi Öykü Ödülüne layık görülmüştür. 2015’te yazdığı bir öyküsüyle de Giovanni Scognamillo adına verilen GİO Ödülleri’nde “Yılın En İyi Öyküsü” ödülünü almıştır. (Demir, 2022: 1)

Yazar Ömür İklim Demir, bir röportajda kendisine; en çok hangi yazarları sevdiği sorulduğunda şu cevabı verir: *“Türk Edebiyatından ilk aklıma Ahmet Hamdi Tanpınar, Yusuf Atılgan, Oğuz Atay, Vüs’at O. Bener, Murat Gülsoy geliyor. Şairlerden Orhan Veli ve Edip Cansever’in benim için yerleri başkadır. Dünya edebiyatına bakınca başta Camus olmak üzere çoğu varoluşçu yazarı saymam gerekir. Hemingway ve Dostoyevski’nin adlarını zikretmemek zaten olmaz. Yeni dönem yazarlardan da Murakami’yi çok severim. Bir başucu kitabı seçmem gerekseydi “Suç ve Ceza” ile “Yabancı” arasında kalırdım.”* (<https://muvezzi.wordpress.com/tag/omur-iklim-demir/>)

“Kum Tefrikaları” (2020) adlı bir romanı ve “Mutedil Dalgacı” (2022) adlı bir başka öykü kitabı bulunmakta olan yazar, kendisi ile yapılan bir başka röportajda da *“dünyayı kendi meşrebince anlatmaya çalıştığını fakat modern hayat ve teknoloji tarafından çoktan zehirlenmiş biri olduğu için anlattığı çoğu hikâyenin şehir hayatıyla ve de ona teğet geçen diğer hayatlarla ilgili”* olduğunu söyler. Aynı röportajda kendisine öykülerinde ortaya çıkan izleklerden birinin “tesadüf” olduğunun görüldüğü dile getirilen yazar, *“Hayatın rutin akışı içinde tesadüfleri seviyorum, diğer türlüstü çok sıkıcı olurdu.”* diye cevap verir. (<https://www.milliyet.com.tr/gundem/kendi-mesrebimce-dunyayi-anlatiyorum-2390218>)

Yazarın “İçler Dışlar Çarpımı” ve “Vasati Kırk Yaş” adlı öykülerinde “tesadüfün insan hayatında önemli bir yerinin olduğu” en ağırlıklı olan izlektir. Her iki öyküde de şehir insanının yalnızlıkları, bunalımları, arayışları öne çıkan diğer izlekler olarak belirtilebilir.

“İçler Dışlar Çarpımı” Adlı Öykünün Özeti

Melda, otuzlu yaşlarının sonlarında olduğu anlaşılan ve tek başına yaşayan bir kadındır. Çünkü metinde genç kadından yaşça büyük olduğu ifade edilen ve Melda ile on yıl evli kalmış olduğu belirtilen Murat Bey öleli, beş yıl olmuştur.

Melda bir gazetenin evlilik ilanlarına Siyah Lale rumuzuyla yazar. Kendisine gelen birçok mektup içinde en çok İhsan'ın yazdığı mektubu beğenir. Melda ve İhsan yazışmaya başlarlar. Üç ay kadar sürdüğü anlaşılan bir sürede birbirlerine yaşantılarıyla ilgili detayları anlatırlar. İhsan'ın da başından çok üzülen sürmediği anlaşılan bir evlilik geçmiştir. Melda ile İhsan 'ın bir telefon görüşmesinin ardından buluşma gününü ve yerini belirledikleri anlaşılır. Pastane olduğu ifade edilen bir yerde buluşurlar. Buluşma gününe kadar birbirlerine fotoğraf göndermedikleri için Melda; kül tablasının yanında bulunan karanfili görünce, cam kenarındaki masada oturan adamın; İhsan olduğundan emin olur.

Kısacık süren bir ön görüşmenin ardından Melda, İhsan'dan izin isteyerek lavaboya gider. Melda'nın lavaboda yüzüne su serpererek heyecanını gidermeye çalıştığı sırada büyük bir gürültü duyulur. Lavabodan çıktığında gürültüden kulakları uğuldamakta olan Melda, her yerin toz toprak içinde kalmış olduğunu görür.

Cam, çerçeve, sandalye ne kadar eşya varsa birbirine karışmıştır. İnsanlar panik içindedir. Melda İhsan'ı arar. İhsan yaralıdır ve kan kaybetmektedir. Öykünün sonunda, “ben” dedikten sonra “*gözlerini çok uzakta bir yere dik[en]*” (s:23) İhsan'ın öldüğü düşünülür.

“Vasati Kırk Yaş” Adlı Öykünün Özeti

Taner, bir bankada çalışmakta olan genç bir adamdır. İş çıkışlarında çoğu zaman İstiklal Caddesine gitmekte olan Taner, kalabalıkların içinde kendisini yalnız / yabancı hissetmektedir.

Taner, bir İstiklal Caddesi yürüyüşü sırasında Levent adında eski bir arkadaşı ile karşılaşır. Levent'in kucağında kızı ve yanında eşi vardır. Ayaküstü bir süre konuşurlar. “*Mutlaka görüşmek üzere*” (s:27) diyerek ayrılırlar. Taner tek başına yürümeye devam eder ve bir pastaneye girer. Aslında niyeti orada uzunca oturmak değildir, lavaboyu kullanmaktır. Fakat pastaneye girer girmez önüne dikilen garsona durumu belli etmemek için hemen eşyalarını bir masaya bırakır.

Geri döndüğünde cam kenarındaki masada oturan adamı görür. Yazı yazdığı anlaşılan kağıtları yırtıp kül tablasına dolduran adam, tablanın kenarında duran kırmızı karanfili almadan gider. Onun yerine oturan Taner, adamın yırtıp attığı kâğıdı birleştirir. Okuduklarında Melda adında birinin gelecek olduğunu anlar.

Kendisine doğru “İhsan!” diyerek yaklaşan kadının Melda olduğunu bilir fakat kendisinin kim “olmadığını” söylemez ya da söyleyemez. Kısacık süren ilk

görüşmenin ardından Melda, İhsan olduğunu zannettiği adam olan Taner'den izin isteyerek lavaboya gider. Melda lavaboya gittiğinde Taner, genç kadın geri geldiğinde onunla neler konuşacaklarını düşünür.

Metin büyük puntolarla ve koyu karakterler kullanılarak **“Boom!”** şeklinde ifade edilmiş olan bir ünlem ile biter.

“İçler Dışlar Çarpımı” ve “Vasati Kırk Yaş” Adlı Öykülerin Ortak Yönleri

“İçler Dışlar Çarpımı” ve “Vasati Kırk Yaş” adlı öyküler Ömür İklim Demir'in “Muhtelif Evhamlar

Kitabı” adlı eserinde yer alan ilk iki öyküdür. Çalışmanın bu kısmında, yukarıda özetleri verilmiş olan her iki öykünün ortak yönlerinin neler olduğunu açıklamanın önemli olduğu görülmüştür.

“Melda” adlı kahramanın “İçler Dışlar Çarpımı” ve “Vasati Kırk Yaş” adlı öykülerde bulunan ortak “kahraman” olduğu tespit edilmiştir. Melda, “İçler Dışlar Çarpımı” adlı ilk öyküde baş kahraman durumundadır. “Vasati Kırk Yaş” adlı ikinci öyküde ise yardımcı kahraman olarak belirmektedir. “İhsan” adlı kahraman da ilk öyküde yardımcı, ikinci öyküde figüratif kahraman olarak belirmektedir. Bunlara ilaveten her iki metinde bulunan ortak yapı unsuru olarak; adı verilmemiş / belirsiz bırakılmış mekân olan bir “pastane” dikkati çekmektedir.

“İçler Dışlar Çarpımı” adlı öyküde kurmaca gerçeklik içinde “Melda”, “İhsan” ile buluşmak için telefonda konuşurken kararlaştırdıkları düşünülen pastaneye gider. “Melda'nın” pastaneye gitmeden önce bir arıza nedeniyle evindeki asansörde uzun vakit geçirmek zorunda kaldığı; metinde pastaneye girer girmez, kül tablasının yanındaki karanfili de görünce, “İhsan” olduğundan emin olduğu anlatılan kişiye söylediklerinden anlaşılır. Çok kısa süren ilk birkaç dakikalık görüşmeden sonra; heyecanını yatıştırmak isteyen “Melda”, izin isteyerek lavaboya gider. “Melda'nın” lavaboda olduğu sırada büyük bir patlama olur.

İlk öykü okura; kanlar içinde yerde yatmakta olan “İhsan'ın” öldüğünü düşündürecek şekilde biter.

“Vasati Kırk Yaş” adlı öyküde “Taner” adlı protagonist, İstiklal Caddesinde kalabalıklar içinde yürümekte olduğu bir gün, bir pastaneye girer. Metinde cam kenarında oturan, bir kâğıda yazdıklarını yırtıp kül tablasının içine bıraktığı belirtilen ve masada kül tablasının yanında bir karanfilin durduğu yazılan adam, masadan kalkınca “Taner”, onun yerine oturur. Kül tablasındaki kağıtları birleştirip okuyan “Taner”, “Melda” adında bir kadının oraya geleceğini anlar.

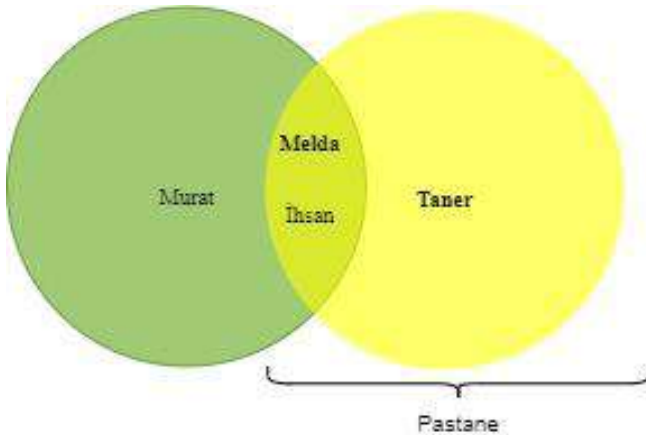
“Melda” pastaneye geldiğinde, cam kenarında oturan adamın; “kül tablasının kenarındaki karanfili de görünce”, “İhsan” olduğundan emin olduğu belirtilir. Oysa “Vasati Kırk Yaş” adlı ikinci öyküde okunanlar; cam kenarındaki masada oturan adamın, “İhsan” değil, “Taner” olduğunun bilgisini vermektedir. “Taner”, “Melda’ya” kendisinin “İhsan” olmadığını söylememiştir veya söyleyememiştir; metinde hangi ihtimalin doğru olduğu ile ilgili bir ayrıntı sunulmamıştır. Dolayısıyla ilk görüşme anından sonra izin isteyerek lavaboya giden “Melda’nın”, patlamadan sonra ölmekte olduğunu gördüğü kişi “İhsan” değil, “Taner’dir.”

“Muhtelif Evhamlar Kitabı” adlı eserde yukarıda izah etmeye çalıştığımız her iki öyküden sonra adı “Tuz” olan ve yarım sayfa uzunluğunda görülen bir metin daha yer alır. Bu kısa metin vasıtasıyla “Melda’ya”; “İhsan’dan” yeni tarihli bir mektubun daha geldiği anlaşılır. Dolayısıyla her iki öyküyü de okuyan okur; patlama sonrasında “İhsan’ın” değil “Taner’in” ölmüş olduğunu düşünür.

Her iki öyküde de kahramanların, ortak mekân olan pastanede buluşmaları esnasında; aralarında geçen ve aynı şekilde yazılmış olan diyaloglar da, okurun bu şekilde düşünmesine yardımcı olur.

Dolayısıyla “Muhtelif Evhamlar Kitabı” adlı eserde yer almış olan “İçler Dışlar Çarpımı” ve “Vasati Kırk Yaş” adlı öyküler, ayrı ayrı adlandırılmış olmakla birlikte birbiri ile içiçe geçmiş veya birbiri ile ilgili olduğunu tespit etmiş olduğumuz metinlerdir. Her iki öykü arasında bulunan ortak yönler, aşağıdaki tablo ile ayrıca ifade edilmeye çalışılmıştır.

3.1. “İçler Dışlar Çarpımı” ve “Vasati Kırk Yaş” Adlı Öyküler Arasında Bulunan Ortak Yönleri Gösteren Tablo



“İçler Dışlar Çarpımı” Adlı Öyküde Üstkurmaca Tekniği

Bugün postmodernist metinlerin iki başat özelliğinden biri olarak sunulan üstkurmaca (metafiction), kurmacanın kurmacası olarak tanımlanabilir. Bir metinde yazarın metni nasıl kurduğunun hikâyesini anlatması, üstkurmacadır. (Aydoğdu, 2017: 58) Ya da bir kurmaca metinde yazarın veya anlatıcının kendisini okura hissettirdiği kısımlar da metni üstkurmaca düzlemine taşır. Çünkü, *“Anlatıcının okura seslendiği, böylelikle anlatıda açıkça kendini duyurduğu anlar üstmetinsel süreksizliğe elverişli anlardır. Artık anlatı sürmez (...) kesintiye uğrar.”* (Aktulum, 2004: 60) Anlatının kesintiye uğradığı ve anlatıcının kendisiyle iletişim kurduğu bu kısımlarda okur, kurmaca bir metin okumakta olduğunu anlar. *“Anlatıcının öykülemeyi bir an için kesip okuruna yöneldiği bu metin kesitleri, öykü içi zamanın dışında yer alır; [üstkurmaca] anlatıcının öykünün içinden kendini somut gerçeklik düzlemine ışınlamasıdır. Okura doğrudan seslenen üstkurmaca ögesi çoğu yerde, çağın anlaşılması güç açık metinlerinin içinde okurun kendini yitirmemesi için bir tür uyarı imi işlevi de yüklenir.”* (Ecevit, 2008: 146) Bu nedenlerle “İçler Dışlar Çarpımı” adlı öykü üstkurmaca bir metindir. Bunu metinden yapılan alıntılarla şu şekilde izah etmek mümkündür:

“Muhtelif Evhamlar Kitabı” adlı kitabın ilk öyküsü “İçler Dışlar Çarpımı” adlı öyküdür. Öykünün girişi, Edip Cansever’den seçilen bir epigrafin ardından, yedi cümlelik bir paragraf ile ortaya çıkar. Başlangıçta metinden ayrı olduğu fakat sonradan; bir süre sonra olacaklar ile ilgili haber vermekte olduğu anlaşılan bu paragrafın son cümlesi, **“Daha değil ama, henüz vakti gelmedi.”** (s: 7) şeklinde yazılmış olan cümledir. Yedi cümlelik bu paragraftan sonra kullanılmış olan (...) işareti ile asıl öykünün başladığı anlaşılr.

Yazarın “Muhtelif Evhamlar Kitabı” adlı eserindeki “İçler Dışlar Çarpımı” ve “Vasati Kırk Yaş” adlı ilk iki öykü birbiri ile ilişkilidir. Kitapta, bu iki öykünün ardından gelen ve yarım sayfa uzunluğunda olup “Tuz” adı verilmiş olan çok kısa bir bölüm dikkati çeker. Bu çok kısa bölümde yazılanların, “İçler Dışlar Çarpımı” adlı öykünün başında yazılmış olanlar ile büyük ölçüde aynı olduğu görülmüştür. Her iki yazı arasında görülen en önemli bir farklılık “İçler Dışlar Çarpımı” adlı öykünün başında yer alan kısımda yazılan **“Daha değil ama, henüz vakti gelmedi.”** (s:7) cümlesinin bu kısımda olmayışıdır.

Dolayısıyla yazarın, ilk öykünün başında yer alan **“Daha değil ama, henüz vakti gelmedi.”** (s: 7) cümlesiyle her iki öyküyü birden üstkurmaca düzlemine taşımış olduğu düşünülebilir. Çünkü ilk öykünün hemen başında varlığını hissettiren yazar bu cümle ile anlatacak olduğu bazı ayrıntıları yazmanın zamanının daha sonra geleceğini okuruna bildirmekte, okurunu ikaz etmektedir.

“İçler Dışlar Çarpımı” Adlı Öyküde Heteroglossia ve Polifonik Yapı

Diyaloji ve polifoni gibi, Heteroglossia da XX. Yüzyılın en önemli edebiyat eleştirmenlerinden biri olan Mikhail Mikhailoviç Bakhtin’in, Dostoyevski romanlarını inceledikten sonra edebiyat dünyasına kazandırdığı “karnaval kuramı” ile beraber anılmaktadır. Dolayısıyla Bakhtin’de diyaloji ve çokseslilik ile karnaval, birbirini tamamlayan temel kavramlardır. (Sevinç, 2016:229)

Burada karnaval kuramının ne olduğunu izah etmeye çalışmak gerekebilir. *“Karnaval, sahneye çıkılmaksızın ve icracılarla izleyiciler arasında bir ayrım yapılmaksızın gerçekleşen bir törendir. Karnavalda herkes etkin bir katılımcıdır, karnaval edimine herkes katılır. Karnaval izlenmez, hatta daha doğru bir dille icra bile edilmez; katılımcıları karnavalın içinde yaşarlar, karnavalın yasaları yürürlükte olduğu sürece bu yasalara göre yaşarlar; yani, karnavalesk bir yaşam sürerler.”* (Soydemir, 2002: 238) Dolayısıyla karnavaleskin geçerli olduğu bir anlatıda diyalojik, polifonik, heteroglot, çok kültürlü ve birbirinden farklı izleklerin bulunduğu bir evren sunulmuş olmalıdır.

Heteroglossia, Dostoyevski romanları sonrasında modern tekniklerle yazılmış olan eserlerde görülen bir özelliktir. *“Heteroglossia saray dili, basın dili, günlük dil, vs. gibi sanatsal söyleme farklı toplumsal tabakaların dahil edilmesini belirtmektedir. Söylem tek bir konuşmacıya ait gibi gözükmektedir fakat aslında daha fazla insanın dilini ve tutumlarını içermektedir.”* (Çakmakçı, 2009: 101) Bu tanımlamayı dikkate aldığımızda “İçler Dışlar Çarpımı” adlı öyküde heteroglossia adlı özelliğin bulunduğu görülmektedir. Çünkü metinde her şeyi bilen anlatıcı, zaman zaman “Melda” adlı kahramanın bilincinden, başka kadınların düşüncelerini yansıtmaktadır. Bunu metinden yaptığımız şu alıntılarla desteklemek yerinde olacaktır:

Metinde “Melda” adlı kahramanın, kocasının ölümünden beş yıl sonra, yavaş yavaş yeniden birini sevebilecek moral yapısına ulaştığı görülmektedir. Fakat metinde, bundan bir yandan da pişmanlık duymakta olduğu hissedilen “Melda’nın” bilincinden; her şeyi bilen anlatıcının, başka kadınların konu ile ilgili düşüncelerini aktardığı görülmektedir. Bunu şu şekilde örneklendirmek mümkündür: *“Ölenle ölünmez dedi bazı kadınlar aklında; kapı köşelerinde, ağaç gölgelerinde, sahil kenarlarında defalarca tekrarlayıp durdular. Yaz akşamları balkonlarında okey oynayıp, çay içerlerken, “kocayı da gömdü dul karı, gözü dışarıda şimdi, diye fısılдаştılar. Ah onlar...Bilmeden ve hatta duymadan konuşurlar. Ne bilsinler, gazete okudukları mı var? Bakın! Sevgili balık burcu diyor, gazeteler. Bugün, ölenle ölmek için harika bir gün.”* (Demir, 2022: 9) (Alıntıda heteroglossianın görüldüğü kısım, koyu karakterler ile belirtilmiş olan kısımdır. Alıntıda gösterilen ve koyu yazılmamış olan cümle ise her şeyi bilen anlatıcıya aittir.)

Metinden heteroglossia ile ilgili bir başka örnek de şu şekilde verilebilir: “Melda’nın”, sahip olmak isteyip de olamadığı anlaşılan çocuğu ve kocası hakkında düşünmekte olduğu sırada, her şeyi bilen anlatıcı, “Melda’nın” bilincinden başka kadınların bu konu hakkındaki düşüncelerini yansıtır: **“Bu yaştan sonra zor dediler, en tıbbi sesleriyle, apartman boşluklarında. Bizim bir Nesrin vardı, doğumda öldü anacım, diye konuyu cümle içinde kullandılar. Ve kocasının da perişan olduğunun altını çizdiler. Anacım...”** Melda, kelimenin bu tonunu hiç düşünmemişti.” (Demir, 2022: 10) (Bu alıntıda da heteroglossianın görüldüğü kısım, koyu karakterler ile belirtilmiş olan kısımdır. Alıntıda gösterilen ve koyu yazılmamış olan cümle ise yukarıdaki örnekte de olduğu gibi her şeyi bilen anlatıcıya aittir.)

“İçler Dışlar Çarpımı” adlı metin çoklu anlatıcı tekniği ile yazılmış olan polifonik bir metindir. Polifonik, çok sesli romanın yaratıcısı olan ve monolojik Avrupa romanının yerleşik biçimlerini yıkan Dostoyevski, “yepyeni bir roman türü yaratmıştır.” (Bahtin, 2004:49) Burada önce polifonik (çok sesli) bir eserin nasıl olması gerektiğini izah etmeye çalışalım. “Dostoyevsky’nin çoksesli (polifonik) romanlarının temel özelliği farklı şuurların, farklı seslerin yazarın otoriter sesi tarafından bastırılmaması, maniple edilmemesidir. Konvansiyonel yazar ve anlatıcının otoritesinden feragat ettiği anlatılardır bunlar.” (Çıraklı, 2015:144) O halde çalışmanın bu kısmında “İçler Dışlar Çarpımı” adlı öyküde yer aldığını gördüğümüz farklı sesleri metinden yaptığımız alıntılarla izah etmek yerinde olacaktır.

Öyküde hem yazar, anlatıcı olarak kendisini hissettirmektedir; hem de her şeyi bilen anlatıcı vardır. Ayrıca “Melda” ve “İhsan” adlı kahramanlar, birbirlerine yazdıkları mektupları vasıtasıyla metinde anlatıcı olarak da görülmektedirler. Dolayısıyla “İçler Dışlar Çarpımı” adlı öykü, içinde birçok farklı sesin duyulduğu polifonik bir öyküdür.

Önce yazarın bir anlatıcı olarak kendisini hissettirdiği ve metni üstkurmaca düzlemine taşımış olduğunu yukarıda belirtmiş olduğumuz kısma örnek vermek yerinde olacaktır. **“İçindeki sıkıntıyı saklarcasına bakımlı olacak Melda’nın elleri. Apartman kapısı arkasında kapanırken torbaları yere bırakacak. Atkısının ucu toz olacak. Posta kutusundaki zarfa uzanacak; üzerinde yazılı ismi görünce ağlamaya başlayacak. Karşıdaki kapının deliğinde beliren gözü ve merdivenin ortasında donakalan kapıcıyı fark etmeyecek. O serin loşlukta hepsi, hıçkırıklar su sayaçlarının arasında yitene kadar bekleyecekler. Daha değil ama. Henüz vakti gelmedi.”** (Demir, 2022:1) Metin; bu şekilde yazılmış olan bir paragraf ile başlar. Öykünün ana metni ise bu paragraftan sonra başlar. Birbirini bütünleyen iki öykünün ardından gelen “Tuz” adlı yarım sayfalık kısa

metin, bizi okuduğumuz ilk paragrafın yazar anlatıcı tarafından yazıldığı düşüncesinden emin kılar.

Çalışmanın bu kısmında her iki kısa metin aktarılırken, birbiri ile aynı olan cümlelerin koyu karakterler kullanılarak yazılmasının uygun olacağı düşünülmüştür. “Tuz” adlı tek paragraflık kısa metin de şöyledir. **“İçindeki sıkıntıyı saklarcasına bakımlıydı Melda’nın elleri. Apartman kapısı ardında kapanırken torbaları yere bıraktı. Atkısının ucu toz oldu. Posta kutusundaki mektuba uzandı, zarftaki ismi görünce ağlamaya başladı: “İhsan Filizer” Karşı kapının deliğinde beliren gözü ve merdivenin ortasında donakalan kapıcıyı fark etmedi. O serin loşlukta hepsi, hıçkırıklar su sayaçlarının arasında yitene kadar beklediler. Melda gözlerini sildi. Eve girdi. Zarfı açtı. Gözü mektubun gönderildiği tarihe takıldı. 15.01. 1995. Güldü. Deli deli, tuhaf tuhaf, tuzlu tuzlu, mutlu mutlu, karışık karışık, anlamaz anlamaz, çiftler çiftler güldü.”** (Demir, 2022:33)

Metinde yukarıda belirtilmiş olan kısımların dışında yazar anlatıcı bir daha kendisini belli etmez. Bu defa farklı bir anlatıcı olarak eserde “her şeyi bilen anlatıcı” okurun karşısına çıkmaktadır. Metinde “her şeyi bilen anlatıcıya” ait olarak bulunan parçalardan da örnek sunmak gerekirse; **“Sonraki mektubu hayatımın ışığı olun cümlesine kadar okudu. Noktadan sonrasına gidemedi. Murat Bey de ona “Hayatımın ışığıydın, derdi. “Yaşımı dert etmezdim seni görene kadar ama şimdi ediyorum. Erkenden ölüp seni burada yalnız bırakmaktan korkuyorum. Korktuğu gibi de oldu: elli beş yaşında, pankreas kanserinden öldü Murat Bey. Sevgisini de aldı gitti, geriye üç kuruş emekli maaşı ve buz gibi bir ev bıraktı.”** (Demir, 2022:11)

Bu kısımda da “Melda” ile “İhsan’ın” mektuplarının metne nasıl çoklu anlatıcı tekniği kazandırmış olduğu üzerinde durmak yerinde olacaktır. **“Mektup tekniğinin bir diğer meziyeti de, birden fazla karakterin devreye sokulmasıyla birlikte farklı bakış açılarına başvurma imkânı sağlamasıdır. Bu imkândan doğrusunu söylemek gerekirse, modern romancılar ustalıklı yararlanacaklardır. Modern romanda yaygın bir şekilde kullanılan çoğul bakış açısı tekniğinin ortaya çıkmasında mektup tekniğinin payı, gözardı edilemeyecek düzeydedir. Bu açıdan baktığımızda, gerçekçilerin, mektuplu roman ile modern arasında aracı rolü oynadıklarını görürüz.”** (Tekin, 2001: 226). Dolayısıyla “İçler Dışlar Çarpımı” adlı öyküde, birbirlerine yazmış oldukları mektuplar vasıtasıyla “Melda” ve “İhsan” adlı kahramanlar, birer anlatıcı da olarak metne dahil olurlar. Mesela aşağıdaki alıntıda, mektubun yazarı olan İhsan adlı kahraman; düşünce yapısını yansıtan konuşma / yazma şekli ile metne anlatıcı olarak dahil olmaktadır.

“Sevgili Melda.

Bana eski eşinizden bahsetmeniz ne büyük incelik, bir hayatın derinliklerine inmeyeli çok uzun zaman olmuştu. Size ne kadar teşekkür etsem azdır. Malumunuz, ölümler yokluklarıyla var olur, anılarla yaşar. Siz siz olun, Murat Beyi bir daha öldürmeyin. Hiçbir vicdan böyle bir yükü kaldıramaz. Daha önceki mektuplarımda hep güzel şeylerden bahsetmiştim. Ama sizi gerçekten yanımda görmek istiyorsam, benim de size kaybolduğum yerleri anlatmam gerekir. Çünkü biliyorum: Eğer oraya gelemeszeniz, asla tam anlamıyla birlikte olamayız. (...)” (Demir, 2022:14)

Netice itibarıyla “İçler Dışlar Çarpımı” adlı öykü; yazarın yanı sıra her şeyi bilen anlatıcının ve “Melda” ile “İhsan” adlı kahramanların da birer anlatıcı olarak seslerinin duyulduğu polifonik bir metindir.

“Vasati Kırk Yaş” Adlı Öyküde Diyaloji ve Yansıtıcı Bilinç Teknikleri

Diyalojik edebiyat kuramı bugün modern tekniklerle yazılmış olan metinlere ait olduğu tespit edilmiş olan kuramlardandır. Diyalojik edebiyat kuramının teorisyeni Michael Bachtin'dir. Michail Bachtin'e göre diyaloji, Dostoyevski'nin roman sanatına kazandırmış olduğu bir özelliktir. Diyalojik bir eserde anlatıcının hakimiyetinden kurtulmuş bir “protagonist” vardır ve bu protagonist kendi söylemine sahip olarak eser içinde kendisini kendisi anlatmaktadır.

Klasik bir romanda kahraman, anlatıcının nesnesidir. Modern bir anlatıda protagonist öznedir ve onun, kendi söylemi vardır. Diyalojik bir anlatıda anlatıcı, protagonistin olduğu kısımlarda veya anlatı metninin tamamında aradan çekilir. Çünkü protagonistin kendi söylemini gerçekleştirmesi ve anlatıda onun (protagonistin) sesinin duyulması için anlatıcının geri çekilmesi gerekir. Monolojik bir eserde bütün anlatı metninde yazarın veya anlatıcının bütüncül ve mükemmel anlatımlı ifadeleri vardır. Diyalojik bir anlatıda ise protagonistin kendi dili/anlatımı/ söylemi/ifadeleri vardır.

Bu açıdan düşünüldüğünde “Vasati Kırk Yaş” adlı öykünün diyalojik bir metin olduğu rahatlıkla söylenebilir. Bu durumu metinden yaptığımız alıntılarla desteklemek mümkündür. Metin adının “Taner” olduğunu öğrendiğimiz ben anlatıcının şu sözleri ile başlar:

“Kendime vereceğim bir iyi, bir de kötü haberim var. Kötü haber: Hayatımda hiçbir şey hayal ettiğim kadar iyi olmayacak. İki artı bir evde yalnız başıma uzun yıllar yaşayacağım. İyi haber: Hayatımda hiçbir şey hayal ettiğim kadar kötü de olmayacak. Tek tesellim bu. Ne harikayım ne berbat. Kibrit kutularının sırtındaki kelimem ben: Vasat” (s:24)

Metinden yapılan şu alıntılar da “Taner” adlı ben anlatıcının görüşünden bize sunulan ayrıntılar bulundurmaktadır: *“Bankadan çıkar çıkmaz kravatımı çantaya sokuşturup dümeni İstiklal Caddesine kırıyorum. Sokaklara akan, mağaza*

önlerinde biriken insanlar, adını bilmediğim bir kalabalığa dönüşüyor. Çarpa çarpa yürüyorum. İçlerinde tanıdık yok, hepsi aynı insan bunların, hepsinin adı Yabancı. Pardon diyorlar. Bazen de biraz dikkat eder misiniz diye çemkiriyorlar. Ne acayip bir soru. Biraz dikkat ediyorum zaten, biraz da etmiyorum. Siz diğer yarısına denk geldiniz; pardon, pardon, pardon.” (s:25)

“Vasati Kırk Yaş” adlı öykü, yansıtıcı bilinç tekniğinin kullanılmış olduğu bir metindir. Yansıtıcı bilinç “yöntemi[ni] kullanan [eserlerde] olup biten her şey kişilerden birinin gördüğü ve değerlendirdiği gibi anlatıldığı için, yaşananlar okuyucuya doğrudan doğruya sunulmaktadır. Bu kişinin kendisi de romanın içinde yer aldığından, bu tür anlatımda, tanrısal bakış açısı kullanan romanlardaki gibi yazarın olaylara dışarıdan karıştığı yolunda herhangi bir izlenimin uyanması söz konusu değildir.” [Çünkü] “Okuyucuda gerçek bir yaşam izlenimi uyandırmak isteyen yazar, romanda olup biten her şeyi seçeceği bir kişinin yansıtıcı ve renklendirici bilinci aracılığıyla aktarmalıdır. Böyle bir kişi yaşanan olaylardan ne kadar etkilenir, onları ne kadar duyarlı bir biçimde algılayabilirse, okuyucu olarak biz de onların anlam ve niteliklerini o kadar iyi görebiliriz. Yansıtıcı bilinç, dış dünyayı kişinin iç dünyasına taşıyarak, olaylara özel bir biçimde bakmamızı sağlayan renkli, büyüücü mercektir. Aslında merceğin gerisinden bakan hep yazarın kendisidir, ama yazar bilincini tamamen yansıtıcı bilinçle kaynaştırmış durumdadır.” (Aytür, 2009: 58). Dolayısıyla “Vasati Kırk Yaş” adlı metinde “Taner” adlı ben anlatıcı hem olayları hem de başka insanlara ait ayrıntıları / ifadeleri yansıtıcı bilinci ile okuyucunun dikkatine sunar.

Buna metinden şu örnek cümleler sunulabilir: “Eeee iş güç? Bankada mısın hâlâ diye soruyor. Evet, Nuruosmaniye’deydim. Beyoğlu’na geçtim. Gerisi aynı. Antalya’ya yeni şube açacaklarmış, fırsatını bulursam belki o tarafa kaçırım, diyorum. Kaç bakalım. ..Biz de yeni yıl alışverişine çıktık, valideye hediye alacağız. İrtibatı koparmayalım, görüşelim mutlaka, diyor mağazalara doğru ilerlerken. (Hem de mutlaka!) (Demir, 2022: 27)

Yansıtıcı bilinç tekniğine bir başka örnek daha sunmak gerekirse; “Galatarasay Lisesinin önünden geçerken, çiçek vereyim abime diyor saçları kınalı bir kadın. Yazmasında gül desenleri var. Gözlerinin kenarı kırışmış. İstemez diyorum, yüzü asılıyor. Sonra bir arkadan gelene soruyor, sonra bir arkadan gelene, sonra bir arkadan gelene...Çiçek vereyi abime.” (s:29) Görüldüğü gibi, “Vasati Kırk Yaş” adlı öyküde bulunan protagonist, bir özne olarak metinde varlık göstermektedir. Kendisini ve etrafında olup bitenleri kendi söylemi ile anlatmaktadır. Anlatıcının aradan çekilmiş olduğu ve ben anlatıcının kendi söylemi ile konuştuğu bu diyalojik metinde okurlar, “Taner” adlı protagonistin nasıl biri olduğu hakkında birbirinden farklı yorumlar da

yapabilirler. Çünkü bu öyküde geleneksel gerçekçi metinlerde daima karşımıza çıkan anlatıcı yerini “Taner” adlı protagoniste bırakmıştır.

Yansıtıcı bilinç tekniğinin kullanılmış olduğu metinler dramatik anlatım yönteminin (sahneleme tekniği) sağlanmasına elverişli olan metinlerdir. Çünkü “James’in en sakıncalı bulduğu uygulama, romanın sahnesinde yazarın kendisinin de görünmesi, yorumları ve değerlendirmeleri ile varlığını açık açık belli ederek gerçeklik duygusunu bozmasıdır. James için gerçeklik, yazarın elindeki konuyu işin içine kendi düşüncelerini, yargılarını katmadan, olup bitenleri niteliklerini çarpıtmadan dürüst ve tutarlı bir biçimde sunması demektir. Böyle bir gerçeklik duygusunu yaratmak için izlenecek yol, romandaki her şeyi gösterme yöntemiyle, bir tiyatro oyunu gibi sahnelemeye çalışmaktır. James’in genç roman yazarlarına verdiği öğüt hep olayları sahneleyin olmuştur.” (Aytür, 2009: 59) “Vasati Kırk Yaş” adlı öykü, yukarıdaki izahatta anlatıldığı gibi; hikâyenin sahnelendiği, okura hikâyenin adeta izlettirildiği bir metindir. Öykünün protagonisti olan “Taner’in” İstiklal Caddesi boyunca yürümesi, Cadde’de yürüyüşü esnasında karşılaştığı insan kalabalığı, yolda gördüğü çiçekçi kadın, pastaneye girdiğinde oturacağı masayı buluncaya kadar başından geçenler ve pastanede gördüğü insanlar, okura adeta “gösterilir”, anlatılmaz. Şimdi metinden yapılan alıntılarla “Vasati Kırk Yaş” adlı öyküde kullanılmış olan dramatik metodu örneklendirmeye çalışmak yerinde olacaktır.

“Orta masadaki şişman kadın garsonu çağırıyor. Bir şeyden iki tane istedi. Karşısındaki istemem der gibi elini sallıyor. Köşedeki ihtiyar diğer sayfaya geçiyor – spor sayfası. Bu esnada cam kenarındaki adam kalemini iç cebine koydu, paltosunu giyiyor. Sallanma be adam! Atkısını da aldı. Gidiyor. Çayımı, sigaramı, çantamı, paltomu alıp boşalan masaya oturuyorum. Burdayım, diyorum garsona, oradaydım buraya geçtim. Anladım der gibi başını sallıyor. Dışarısı kalabalık. Dahil olamayacağım hikâyeler geçiyor önümden. Düşük omuzlu memurlar, halim selim manifaturacılar, uzun saçlı gitaristler, al yanaklı anneler, fırça bıyıklı babalar, halka küpeli teyzeler, altın dişli dedeler, kem gözlü karşı komşular, dünyalar iyisi bacanaklar, lafını esirgemeyen eltiler, içince sapıtan kocalar yürüdükçe yürüyor.” (s:29) Görüldüğü gibi “Vasati Kırk Yaş” adlı anlatıda; mekân ile ilgili ayrıntılar Taner adındaki kendi söylemi olan protagonistin; yansıtıcı bilincinden sunulmaktadır. Dramatik metodun kullanıldığı metinde bu şekilde sunulan ayrıntılar, her şeye hâkim bir anlatıcı tarafından anlatılmamakta, protagonist tarafından okura gösterilmektedir.

Netice itibarıyla “Vasati Kırk Yaş” adlı öykü, “Taner” adlı protagonistin yansıtıcı bilincinden aktarılmış olan tüm ayrıntıların dramatik metod ile okurun dikkatine sunulmuş olduğu diyalojik bir metindir.

Sonuç

Yazar Ömür İklim Demir, edebiyat dünyasına ilk defa 2015 yılında yayımlanmış olan “Muhtelif Evhamlar Kitabı” adlı öyküsü ile giriş yapmış ve çeşitli ödüller kazanmış olan bir yazardır. Yazarın “Mutedil Dalgalı” adlı bir başka öykü kitabı ile “Kum Tefrikaları” adlı bir de romanı vardır.

Bu çalışmada yazarın “Muhtelif Evhamlar Kitabı” adlı eserinde yer alan “İçler Dışlar Çarpımı” ve “Vasati Kırk Yaş” adlı öyküleri, sahip oldukları bazı “yeni / modern” anlatım teknikleri açısından incelenmiştir.

Çalışmanın neticesinde “İçler Dışlar Çarpımı” adlı öyküde üstkurmaca, polifoni, heteroglossia gibi anlatım tekniklerinin; “Vasati Kırk Yaş” adlı öyküde ise diyaloji, yansıtıcı bilinç ve dramatik metod gibi anlatım tekniklerinin kullanılmış olduğu görülmüştür.

” Muhtelif Evhamlar Kitabı” adlı eserde ilk iki sırada yer alan ve adlarını vermiş olduğumuz öykülerden sonra; kitapta yer alan “Tuz” adlı çok kısa metnin ise başlıbaşına ayrı bir öykü olmadığı; birbiri ile ilişkili olan her iki metni, üstkurmaca düzlemine taşımak için yazılmış kısa bir metin olduğu kanaatine varılmıştır. Bunlara ek olarak “İçler Dışlar Çarpımı” ve “Vasati Kırk Yaş” adlı birbiri ile ilgili olduğu görülen iki öykünün, yukarıda sahip olduğunu tespit etmiş olduğumuzu belirttiğimiz özellikleri ile karnavalesk bir anlatı evreni sunmakta oldukları da görülmüştür.

Bir metnin postmodern özellikler gösteren bir metin olabilmesi için gerekli olan iki başat özellikten biri üstkurmaca ve diğeri de metinlerarasılıktır. Yazarın “İçler Dışlar Çarpımı” ve “Vasati Kırk Yaş” adlı birbiri ile ilişkili öykülerinde üstkurmaca özelliği görülmüş, metinlerarasılık özelliğinin varlığı ise tespit edilememiştir. Bu nedenle Ömür İklim Demir’in “İçler Dışlar Çarpımı” ve “Vasati Kırk Yaş” adlı öykülerinin, bu çalışmaya konu teşkil etmiş olan anlatım tekniklerini dikkate alarak; “modern” anlatım tekniklerine sahip öyküler olduklarını ifade etmenin doğru olacağı kanaatine ulaşılmıştır.

Kaynakça

1. ADIGÜZEL, İbrahim; (2015). Yüreğine Sağlık Diyenlerden Koşarak Uzaklaşın. Çevrimiçi: <https://muvezzi.wordpress.com/tag/omur-iklim-demir/24.07.2015.16.01.2023>
2. AKTULUM, Kubilay; (2004). *Parçalılık / Metinlerarasılık*, Ankara, Öteki Yayınevi, 1. Baskı
3. AYDOĞDU, Yusuf; (2017). Postmodern Anlatıda Bir İmkân Olarak Üstkurmaca (Metafiction) ve Murathan Mungan Öykülerine Yasınmaları, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Cilt: 10 Sayı: 52
4. AYTÜR, Ünal; (2009). *Henry James ve Roman Sanatı*, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, 1. Baskı
5. BAHTIN, Mihail; (2004). *Dostoyevski Poetikasının Sorunları*. (Çev. Cem Soydemir), İstanbul, Metis Yayınları, 1. Baskı
6. ÇAKMAKÇI, Murat; (2009). (İngilizceden Çeviren): “Mikhail Bakhtin : Edebiyatın Gereçeklendirilmesi”, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi The Journal of International Social Research*, Volume 2/6, Winter
7. ÇIRAKLI, Mustafa; (2015). *Anlatıbilim*. Hece Yayınları. İstanbul. 1. Baskı.
8. DEMİR, Ö. İklim; (2022). *Muhtelif Evhamlar Kitabı*, YKY Yayınları, İstanbul, 17. Baskı
9. ECEVİT, Yıldız; (2008). *Orhan Pamuk’u Okumak*. İstanbul, 2. Baskı
10. ÖKTEM, Gülten; (2017). Kendi Meşrebimce Dünyayı Anlatıyorum. 04. 02. 2017. *Milliyet Haber*. Çevrimiçi: <https://www.milliyet.com.tr/gundem/kendi-mesrebimce-dunyayi-anlatiyorum-2390218>. (16. 01. 2023)
11. SEVİNÇ, Canan; “Karnavalesk Bir Roman Olarak Barbarın Kahkahası”, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Cilt: 9, Sayı:44, Haziran 2016, Issn: 1307-9581
12. Mikhail Bachtin; (2001). *Karnavaldan Romana*. (Çev. Cem Soydemir), Ayrıntı Yayınları. 1. Baskı, İstanbul
13. TEKİN, Mehmet; (2001). *Roman Sanatı/Romanın Unsurları-I*. İstanbul: Ötüken Neşriyat

79. Bölüm

Çağdaş İktisadi, Siyasal ve Toplumsal Düzenin Kökeni Olarak Merkantilizm

Muhammed Veysel BİLİCİ¹

¹ Dr. Öğr. Üyesi; Kırklareli Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyoloji Bölümü.
veyselbilici@gmail.com ORCID No: 0000-0002-2374-2117

ÖZET

Merkantilizm Avrupa’da yaklaşık olarak 16. yüzyıldan başlayıp 18. yüzyılın sonuna dek süren, devletin ekonomi üzerinde oldukça katı biçimde hâkimiyet kurduğu ve ticari kapitalizm dediğimiz olgunun gözlemlendiği bir dönemdir. Merkantilizm temel olarak dinsel reform hareketleri sonucu Katolik Kilisenin otoritesini yitirmesi, feodalizmin çöküşü, mutlakiyetçi rejimlerin ortaya çıkışı, yeni ticaret rotalarının keşfi, sömürgecilik, gemicilikteki gelişmeler sonucunda dönemin yeni oluşmakta olan sınıfı burjuvazinin kendisini ve hayatı modern kapitalizmin öncüsü sayılabilecek bir ekonomi politik çerçevesinde kurmasının ve kabul ettirmesinin süreci olarak değerlendirilebilir. Merkantilizmin batı dünyasında politik ve iktisadi bir gerçeklik haline dönüşmesi ticaret, tüccar, uluslararası rekabet ve altın merkezli zihinsel ve davranışsal kodların dönüşümüyle mümkün hale gelmiştir. Merkantilizm ulus devletlerin yükselmesine veya ortaya çıkmasına eşlik eden, onu mümkün kılan düşünsel ve kurumsal bir bağlamdır. Bu açıdan da devlet merkantilist politikaların öznesi olduğu kadar aynı zamanda nesnesi konumundadır. Merkantilist dönemin en önemli özelliğinin bozulma sürecine girmiş bir toplumsal düzenin hemen ardı sıra gelmesi ve yeni bir düzen teklifi ve tesisi içermesidir. Bu yeni düzen farklı bir insan algılayışı ve tasarımı çerçevesinde kendisini kurmaktadır. Devlet ve tüccar ittifakının doğal neticesi olarak sağlanacak refahın merkantilist dönemin temel meşruiyet söylemidir. Burjuvazi bu dönemin Weberci anlamda ideal tipolojisini oluşturmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Merkantilizm, Burjuva, Devlet, Ticaret, Zihniyet

GİRİŞ

Merkantilizm Avrupa’da yaklaşık olarak 16. yüzyıldan başlayıp 18. yüzyılın sonuna dek süren, devletin ekonomi üzerinde oldukça katı biçimde hâkimiyet kurduğu ve ticari kapitalizm dediğimiz olgunun gözlemlendiği bir dönemdir. Merkantilizm temel olarak dinsel reform hareketleri sonucu Katolik Kilisenin otoritesini yitirmesi, feodalizmin çöküşü, mutlakiyetçi rejimlerin ortaya çıkışı, yeni ticaret rotalarının keşfi, sömürgecilik, gemicilikteki gelişmeler sonucunda dönemin yeni oluşmakta olan sınıfı burjuvazinin kendisini ve hayatı modern kapitalizmin öncüsü sayılabilecek bir ekonomi politik çerçevesinde kurmasının ve kabul ettirmesinin süreci olarak değerlendirilebilir (Savaş, 2000: 137-142). Merkantilizm yaklaşık üç yüzyıllık bir süreyi ve farklı ülkeleri kapsamaktadır. Benzer biçimde, merkantilizmin tarihsel ve ekonomik bir olgu olarak üzerinde ittifak edilen çeşitli özellikleri bulunmasına rağmen tüm sosyal bilimcilerin tamamıyla üzerinde uzlaşa sağladıkları belli bir tanımı veya genel bir öğreti olarak tüm ayrıntılarıyla resmini sunan bir el kitabı mevcut değildir. J. K. Galbraith (2004: 38) üç yüz yıllık bir periyodu dikkate alarak merkantilist ekonominin antik Yunanistan’da Aristoteles, Orta çağ ve Kilise-ayarlı ahlak sistemi için Thomas Aquinas ya da sonraki yıllarda Smith, Marx ve Keynes gibi iktisadi bir sözcüsü olmadığını belirtmekte ve şu tespitte bulunmaktadır sözcüsü ya da teorisyonu olmayan merkantilizm sadece bir sistemdi. Ancak ve buna rağmen merkantilizm günümüz dünyasını mümkün kılan temel tarihsel gerçekliktir.

Ekelund ve Hébert (1997: 47) ise merkantilizm teriminin ilk defa 1763 yılında Mirabeau tarafından on altıncı yüzyılın başından on sekizinci yüzyılın neredeyse sonuna kadar ekonomik söyleme hâkim olan gevşek bir ekonomik fikirler sistemini tanımlamak için kullanıldığını ve söz konusu dönemde merkantilistlerin çoğunun sadece kendi çıkarlarını savunan tüccarlar olduğunu belirtmektedirler. Bu eksende merkantilizmin batı dünyasında politik ve iktisadi bir gerçeklik haline dönüşmesi ticaret, tüccar, uluslararası rekabet ve altın merkezli zihinsel ve davranışsal kodların dönüşümüyle mümkün hale gelmiştir. Bu açıdan merkantilizmin tarihsel serüvenine geçmeden evvel okuyucunun söz konusu zihinsel kodları anlaması için üç farklı mekân ve zamandan merkantilizmin hangi zihniyetten ve davranış kodlarından beslendiğini gösteren üç farklı alıntı yapılacaktır. İlk alıntımız İngiliz merkantalist Coke atfedilen şu cümledir (Kirshner, 2001: 1011): “Eğer sahip olduğumuz servet komşu uluslarındakinden fazla olacaksa şu anda sahip olduğumuz servetin beşte birine sahip olmak beni endişelendirmeyecektir.” İkinci alıntımız Amerika’nın kâşifi olarak ün salmış olan denizci Christoph Colomb’a atfedilen şu cümledir (Galbraith, 2004: 42): “Altın harika bir şeydir! Her kim ona sahip olursa istediği her şeyin efendisi olur. Altınla insan ruhları cennete bile sokar.” Üçüncü cümle ise Fransız Merkantilist

Antoine De Montchrestien'a atfedilen şu cümledir (Denis, 1997: 107): "Tüccarın toplumsal yapı içerisindeki rolü beynin bireyin vücudundaki rolüne benzer."

John Hales, Copernicus, Navarrus, Jean Bodin, Gerard De Malynes, Edward Misselden, Thomas Mun, Jean Baptiste Colbert gibi isimlerin yanında Luther, Calvin, Erasmus ve Machiavelli gibi isimler merkantilizmin ahlaki, politik, teolojik ve ekonomik olarak meşrulaştırılmasında çeşitli düzeylerde katkıda bulunmuşlardır. Temel uğraşı alanları ekonomi olmayan isimlerin de merkantilist düşüncenin oluşumu ve hâkimiyeti çerçevesinde anılmalarının sebebi bu dönemin tam anlamıyla farklı bir dünya görüşünün oluşum ve iktidar süreci olmasının bir gereğidir. Çeşitli merkantilizm yorumlarında merkezi sahneyi işgal eden "devlet" kavramı ise temel olarak bu süreçte oluşmakta olan ulus devletlerin varlığı dikkate alındığında ekonominin ötesinde ve üstünde geçmişten beri var olan ve geleceğe intikal eden bir olgu olarak anlaşılmak yerine merkantilist politikalarla kendini kuran ve ortaya çıkan merkezîyetçi bir yapı olarak anlaşılmalıdır. Dolayısıyla, merkantilizm basit biçimde devletin ekonomi üzerindeki hâkimiyeti olarak anlaşılmak yerine devletin, ekonominin, insanın, toplumun ve dinin yeniden tanımlandığı ve sınırlarının oluştuğu bu açıdan da modern ekonomik tahayyülün embriyonik olarak gözlemlenebileceği bir kuruluş süreci olarak anlaşılmalıdır. Ekelund ve Hébert (1997: 46) merkantilizmi ulus devletlerin yükselmesine veya ortaya çıkmasına eşlik eden, onu mümkün kılan düşünsel ve kurumsal bir çerçeve olarak tanımlamaktadırlar. Bu açıdan da devlet merkantilist politikaların öznesi olduğu kadar aynı zamanda nesnesi konumundadır (Kirshner, 2001: 1009). Bu bağlamda, merkantilist sistem veya düşünce, Avrupa tarihi içerisinde modern kapitalizme giden yolda bir durak olmaktan ziyade onun ihtiyaç duyacağı temel evren algısı ve insan ilişkilerini inşa etmiştir.

MERKANTİLİZMİN ORTAYA ÇIKIŞ KOŞULLARI: ZİHİNSEL KODLAR

Merkantilist dönemin en önemli özelliğinin bozulma sürecine girmiş bir toplumsal düzenin hemen ardı sıra gelmesi ve yeni bir düzen teklifi ve tesisi içermesidir. Bu yeni düzen farklı bir insan algılayışı ve tasarımı çerçevesinde kendisini kurmaktadır. Dolayısıyla, merkantilist düşüncenin ve sistemin kendine has niteliklerini anlamak onu oluşum süreci içerisinde kavramaktan geçmektedir. Bilindiği üzere Avrupa kendi tarihi içerisinde Orta Çağ süresince Hristiyan düşünce geleneği üzerine kurulu olan hiyerarşik evren algısı etrafında oluşan bir düzen fıkriinin değişik derecelerde hâkim olduğu bir coğrafyadır. Bu düşünce sistematığı ve düzen Katolik Roma Kilisesi etrafında örgütlenen ve sosyo-ekonomik olarak feodal üretim ilişkilerinin hâkimiyeti altında olan bir dönemdir.

Dolayısıyla, insan da bu doğrultuda siyasal, toplumsal ve kültürel olarak kilisenin merkezde olduğu bir teoloji çerçevesinde konumlandırılmaktadır. Bu dönemde, Thomas Aquinas'ın öncülüğünü yaptığı Aristotelesçi teleolojik felsefe bağlamında değerler ve amaçlar hiyerarşisi Hristiyan teolojisi merkezde olmak üzere yaşamın ve düşüncenin tüm sahalarını içinde eritecek bir menzile ulaşmıştır. Batılı elitlerin bir bölümünün köken bulma arayışı çerçevesinde başvurduğu antik Yunan ve Roma tecrübesi bir yandan Hristiyan Teolojisi ve tecrübesi diğer yandan hayatın tüm boyutlarının iki eksenli bir algılayış etrafında dönmesine sebep olmaktadır. Benzer bir biçimde toplumsallık ruhlar ve aşkın varlıkların merkezde olduğu *antropomorfik* bir doğa algısından hareketle oluşturulan hikâyeler etrafında dönerken, ekonomik düşünce ve faaliyetler özelde teolojiye ve Katolik Kilisesi'ne genel olarak da üstün bir ahlaki sisteme boyun eğdirilerek varlık sahasına dâhil edilirler (Medema ve Samuels, 2003: 1). Örneğin, bu dönemde Avrupa'da en önemli fikri otorite olan Thomas Aquinas ekonomiyi Kilise öğretisine uygun ve "ruhların kurtuluşu" ilkesi bağlamında dine bağımlı bir olgu olarak ele alırken aynı zamanda müteşebbisliği "adil fiyat" ve faizle ilgili olumsuz dinsel yargılarından dolayı sınırlandıran bir düşüncenin savunuculuğunu yapmaktadır (Medema ve Samuels, 2003: 16).

Luther ve Calvin'le birlikte doruk noktasına ulaşan dinsel reform hareketleri ise oldukça farklı bir safhanın başlangıcını haber vermektedirler. Luther ve Calvin farklı veçheleriyle merkantilist düşüncenin oluşum döneminde geleneksel zihniyet kalıplarının yıkılmasında etkin rol oynamışlardır. Luther Katolik Kilisesine karşı çıkarken dünyevi iktidarın papanın elinden alınması gerektiği yönündeki vurguyla siyasetin sekülerleşmesine giden yolu açmıştır. Calvin ise faiz ve ticaretle ilgili olarak ortaya koyduğu görüşlerle kapitalizmin oluşum sürecinde oldukça önemli bir rol üstlenecektir. Faize ve ticarete karşı çıkan Luther'in aksine, "kader inancı" çerçevesinde Tanrı'nın inayetinin işareti olarak zenginliği gören ve faize cevaz veren Calvin dinsel düşüncenin radikal bir dönüşümünü ifade etmektedir (Denis, 1997: 98). Bu durum daha sonra Max Weber'in meşhur teorisinin kökenini oluşturan Kalvinizm ve kapitalizm arasındaki bağda kaynaklık edecektir.

Diğer yandan Luther'in dini teorilerle dünyevi iktidarı kayırmasının ötesinde ve çok daha radikal bir biçimde döneme damgasını vuracak olan yeni realist siyasi algının sözcüsü konumunda Machiavelli'yi ve meşhur eseri *Hükümdar'ı* görmektedir. Denis'e (1997: 98) göre Rönesans siyasal düşünceler alanında Aristoteles felsefesinden sıyrıldığı oranda Stoacılık ve Epikürcülük arasında tercihe gitmektedir. Machiavelli ise Epikürcü toplumsal sözleşme bağlamında siyasetin dinsel-ahlaki alandan bağımsızlığını ve ona olan üstünlüğünü savunmaktadır. Düşünüre göre devlet için iktidarı korumak her türlü ahlaki kayıt

ve düsturdan ötede ve ona üstün olan bir konumdadır. Machiavelli'nin asıl katkısı ise dinle siyaseti ayıran ve siyasete üstünlük tanıyan düşüncesiyle birlikte “kişisel çıkar” motifine biçtiği önemli rolün sonraki dönemde ekonomi sahasında da ilham kaynağı olmasında yatmaktadır (Savaş, 2000: 140). Bu genel durum göre yeni dönemin ideal insan tipi olan burjuvayı müjdelemektedir. Henri Denis (1997: 121) burjuva tipini şu şekilde betimlemektedir: “Yeni çağların insanı diye sıfatlandırıdığımız ve her şeyden önce “para kazanmak” isteğinin karakterize ettiği bu insan, portresi defalarca çizilmiş olan burjuvadır. İnsanlığın bir bölümünün üretici güçlerini şaşkınlık verici biçimde geliştirmiş ve modern sanayi uygarlığını yaratmış olan ekonomik devrimin sorumlusu, tartışma kabul etmez biçimde odur. Bu insanın var olmaması düşünülemezdi.”

İnsan bu süreç sonunda kâinattaki ayrıcalıklı ve merkezi konumunu yitirmiş ve ileriki satırlarda göreceğimiz gibi üretim faaliyetlerinde sıradan bir girdi olarak ele alınmaya başlanmıştır. Bu dönüşüm merkantilist düşüncenin en önemli saç ayaklarından biridir. Dinsel düşünce içerisinde ayrıcalıklı ve merkezi rollerden birini işgal eden insan gitmiş bunun yerine *metafizik spekülasyonlar yerine gerçek deneyimle veya verili dünyayla ilgilenen merkantilist düşünce içerisinde üretimin basit bir unsuru olan insan* ve bu insanın eylemlerinin yegâne gayesi olarak maddi kar güdüsü gelmiştir (Ekelund ve Hébert, 1997: 41-42). Temel olarak bu dönüşüm çalışmanın, sermaye biriktirmenin ve maddi başarının aşamalı bir biçimde “ruhsal bir onayını” doğurmuştur (Medema ve Samuels, 2003: 30). Yeni dönemin sermayedarı önceki dönemin ahlaki kısıtlılıklarından büyük ölçüde sıyrılmıştır. Bu sermayedar için sadece kar hırsı geçmiş dönemdeki gibi utanılacak veya kınanacak bir durum olmaktan çıktığı ölçüde kendi içinde arzulanır bir şey olmuştur. Böylece insan-insan ilişkisinde yeni bir tür sömürü tarzı ortaya çıkmıştır. Burada yeni olan şey sömürünün kendisi değildir. Yeni olan şey sömürünün “rasyonel” veya “bilimsel” inşasıdır. Denis'in (1997: 122) ifadesiyle: “Üretici güçlerin büyük gelişmesi, insan bilincinin derin bir yabancılaşmaya uğradığı ve adeta parçalanıp yırtıldığı bir çağda gerçekleşmiştir.” Ortaya yeni bir siyasi ve ekonomik dille birlikte geleneksel azizler cemaatinden farklı, ticaret ve kapitalle kendini ifade eden dinsel-ahlaki kayıtlardan kurtulmuş, seküler toplumsal kahramanlar çıkmaktadır. Bu durum Avrupa açısından bir zihniyet devriminin habercisidir. Merkantilist dönem, bu açıdan Avrupa'da, geleneksel merhamet ve adalet ilkelerinin yerini kar hırsına, din adamının yerini sırasıyla devlet adamı ve tüccara bıraktığı bir dönemdir. Dinin belirleyici olma vasfını siyasi iktidar ile ekonomiye bırakması söz konusu olmuştur. Benzer bir biçimde klasik Hıristiyan öğretilerinde yüceltilen fakirliğin ahlaki olarak kınanması, hatta yasal bir suç haline dönüşmesi sonucu maddi zenginliğin

insanlığın tüm enerjisini hasretmesi gereken temel amaç olarak ön plana çıkması söz konusu olmuştur.

MERKANTALİST POLİTİKALAR

Galbraith (2004: 40-42) merkantilist dönemde devletlerin politikalarını belirleyen üç temel gelişmenin yaşandığını belirtmektedir. İlki Amerika ve Uzak Doğu keşif gezileri sonucunda Amerika'nın sömürgeleştirilirken, Hindistan ile başta olmak üzere önceki dönemlere göre çok daha canlı bir ticari dönemin başlaması. İkincisi “fiyat devrimi” olarak adlandırılan olgunun vuku bulması ve ticaret erbabının bu süreçten çok büyük karlar ederek çıkmasıyla birlikte hâkim sınıfın değişmesi. Son olarak 1861’de Almanya ve İtalya’nın Versailles’da ulusal bütünlüklerini sağladıkları döneme kadar olan süreçte modern devlet otoritesinin ortaya çıkması ve güçlenmesi olgusudur. Bu tarihsel kesit içerisinde Merkantilizm temel olarak iki açıdan incelenebilir. Bunlardan “doktrinel yaklaşım” onu diğer dönem ve düşüncelerle keskin bir ayrıma tabi tutarak statik ve tutarlı bir düşünceler kümesinin günün şartları altında gerçekleşmesini incelerken, tarihsel süreç içerisinde merkantilizmi inceleyen “siyasi süreç yaklaşımı” ise değişik gruplar ve çatışan çıkarlar çerçevesinde iktisadi ve siyasi kurumların gelişimini merkeze almaktadır (Ekelund ve Hébert, 1997: 39). Doktrinel açıdan merkantilizm ulus devletin ve ulusun inşa sürecinde ortaya çıkan düşüncelere ve politikalara işaret etmektedir. Merkantilist düşünürler ve politikalar bütüncül ve tutarlı bir küme oluşturmamaktadırlar. Ancak buna rağmen merkantilizmin temelinde yatmakta olan belli başlı ilkeler mevcuttur. Avusturyalı hukukçu Philipp Wilhelm Von Hornict 1684 yılında yayınladığı bir eserde bu ilkeleri dokuz ana başlıktan ibaret saymıştır (Ekelund ve Hébert, 1997: 40-41):

- Bir ülkenin her karış toprağı tarım, madencilik ve üretim için faydalı hale getirilmeli ve kullanılmalıdır.
- Ülkede bulunan tüm ham maddeler ülke içinde işlenmelidir çünkü hazır ürünler ham maddelere göre çok daha fazla maddi değere sahiptirler.
- Geniş bir çalışanlar nüfusun yaratılması teşvik edilmelidir.
- Tüm altın ve gümüş ihracatı yasaklanırken, ülke içindeki paranın piyasada dolaşımında olması sağlanmalıdır.
- Tüm yabancı ürünlerin ithalatı mümkün olduğu ölçüde zorlaştırılmalıdır.
- Eğer bir ürünün ithalatı mutlaka gerekliyse ülke dışına altın ve gümüş çıkışını engellemek için ülke içinde üretilen diğer bir ürünle mübadele yolu tercih edilmelidir.

- Mümkün olduğu oranda ithal edilen ürünler ülke içinde işlenebilecek ham maddelerden oluşmalıdır.
- Ülkede üretilen ürünlerin fazlası dış pazarlarda altın ve gümüş karşılığında satılmalıdır.
- Ülke içinde yeterli ve uygun biçimde üretilen hiçbir ürünün ithalatına izin verilmemelidir.

Yukarıdaki maddeler merkantilist düşüncüyü ana hatlarıyla ortaya sermektedirler. Ancak bu ilkelerin özet hükmünde olduğu dolayısıyla istisnalarının ve açılımlarının ülkenden ülkeye ve yıllara göre değiştiği unutulmamalıdır. Nitekim Fransa, Almanya ve İngiltere gibi ülkelerin tarihsel ve sosyal dinamikleri bir birilerinden farklı olduğu için farklı merkantilist politikalar benimsemişlerdir. Gülten Kazgan (2002: 46) farklı merkantilist politikaları ülkelere göre dört ayrı başlıkta toplamaktadır. Bu tasnife göre ilk sırada serbest ticaret ve üretimin ön planda olduğu ve bu açıdan da tüccarların düşüncesini daha çok yansıtan İngiliz-Hollanda ekolü bulunmaktadır. İkincisi, Colbertizm olarak bilinen ve ismini oluşturunucusu devlet adamı Colbert'ten alan Fransız modeli gelmektedir. Bu model devletin sanayileşmede merkezi olduğu ve koruyucu dış ticaret politikasının temel olduğu yapısıyla daha çok devlet adamlarının görüşlerini yansıtmaktadır. Üçüncü sırada yer alan Alman ekolü Kameralistler ise temel olarak devlet maliyesi ve yönetimine ağırlık vermişlerdir. Savaş'ın (2000: 164) belirttiğine göre Kameralistler merkantilistlerin temel uğraşı sahası olan dış ticaret ve ödemeler dengesinden ziyade yurtiçi tarım ve sanayi faaliyetlerine yönelmişlerdir. Dördüncü olarak, İtalyan-İspanyol ekolü ise daha çok para konusu üzerinde durmuşlar. Para biriktirmeyi ticaret karşısında daha önemli bulan yapıları ve gelenek olarak Katolik inanca bağlı kalmaları sebebiyle Orta Çağ ekonomik düşüncesinden pek kurtulamamışlardır. Bu paralelde merkantilist öğretinin ve politikanın seleflerinden en önemli farkı Orta Çağ'da bir ülkenin zenginliği sahip olduğu mal miktarıyla ölçüldüğünden dolayı ihracat engellenip ithalat teşvik edilirken, bu dönemde çarkın terse işletilmesinin ve mümkün olduğunca ithalatın yasaklanıp, ülkeye altın ve gümüş girdisi sağlayacak biçimde ihracatın özendirilmesinin temel amaç olarak ön plana çıkmasıdır (Savaş, 2000: 147).

Daha önce merkantilizmin merkezîyetçi ulus devletlerin tarih sahnesine çıkma sürecinde ortaya çıkan bir ekonomi ve siyaset düşüncesi olduğu vurgulanmıştı. Bu dönemde ortaya geçmiş dönemde Avrupa'ya hâkim olan tüccar şehirlerinin ve derebeyliklerin ötesinde geniş bir alana hükmeden monarşiler ve özellikle de 17. yüzyılla birlikte ulus devletler tarih sahnesine çıkmaya başlamışlardır. Dolayısıyla, Alberto Guenzi'nin (2008: 67) tespit ettiği gibi, örneğin İtalya'nın Po Vadisinde küçük bir devleti yönetmekle ve

savunmakla Fransa Krallığı gibi bir yapının dış politikasını sürdürecektir, kalabalık ve sürekli ordusunu besleyecek bir yapı arasında çok büyük farklar bulunmaktadır. Bu dönemde yeni ticaret yollarının keşfedilmesi, ticaretin kapsamında ve hacminde meydana gelen değişiklikler ve özellikle de Amerika kıtasının keşfi ve sömürgeleştirilmesi önemli olaylar olarak öne çıkmaktadırlar. Bu resim içerisinde sürekli genişlemekte olan bürokratik aygıt ve askeri harcamalar ancak ve ancak bunları besleyecek büyüklükte topraklara ve nüfusa sahip devletlerin varlığını devam ettirebilmesine imkân tanımaktadır (Guenzi, 2008: 68).

Bu dönemde insanlar alışık oldukları ve varlıklarını sürdürdükleri geleneksel siyasi ve ekonomik yapının yılışına tanıklık etmişler ve çok farklı bir siyasi ve ekonomik örgütlenmenin yükselişini yaşamışlardır. Bölgesel ve yerel yapıların yerini ulusal yapılar ve dünya ölçeğinde pazar yaratımı ve paylaşımı almış, ticaret alabildiğine genişlemeye başlamış ve daha önce vurgulandığı gibi dini-ahlaki sınırlamalardan kendini bağımsızlığını ilan edebileceği imkânlarla kavuşmuştur. Ülke içinde merkezîyetçi devletin olabildiğine ve sınır tanımayan iktidarı gündelik hayattan, ticari faaliyetlere, ücretlerin ve fiyatların belirlenmesinden tüketimi belirlemeye değin tarihin önceki dönemlerinde alışıldık olmadığı biçimiyle hayata hâkim olmuştur. Ülke dışında ise bu durum ticaret rotalarını, temel olarak denizciliği kontrol etme ve hem hammadde ihtiyacını karşılama hem de ucuz işgücü ve pazar sağlama amacıyla sömürgecilik faaliyetlerinin biricik uğraş alanları olarak öne çıkmalarına sebebiyet vermiştir (Guenzi, 2008: 89). Bu dönemde devletlerin hayatın her alanında hâkim olan yayılma eğilimleri aslında modern zamanlarda ulus devletlerin en önemli karakterlerinden biri olan ulusal yaşamın tüm boyutlarını kontrol etme arzusunun muhtemel biçimlerini sağlamıştır ve merkantilizm bu durumu yaratmanın o dönemki ekonomik uzantısıdır.

Diğer yandan merkantilizm hâkim olduğu dönem boyunca uluslararası ticaret ve siyasetinde temel ifadesi olarak anlaşılmalıdır. Bu dönemin başat özelliği Avrupa içerisinde sürekli olarak savaşların olmasıdır. Bu savaşlar arasında Otuz Yıl Savaşları gibi Protestan hareketi sonucu çıkan savaşlar olduğu gibi, ticaret yollarının kontrolünden kaynaklanan savaşlar da bulunmaktadır. Genel itibarıyla merkantilist dönem bitip tükenmez bilmeyen bir savaşlar dönemidir. Örneğin Avrupa'da 17. Yüzyıl boyunca sadece 7 yıl savaşız geçerken, İngiltere 1656-1815 arasında tam olarak 84 yılını savaşarak geçirmiştir. Bu durumun ortaya çıkmasında merkantilist öğretinin ticaret zihniyeti birinci dereceden etkilidir. Bu zihniyete göre dünyada ticaretin, dolayısıyla servetin miktarı sınırlı olduğundan dolayı her devlet bu sınırlı pastadan ancak ve ancak diğer devletler aleyhine pay alabilir (Torun, 2003: 186). Servetin esasını ise daha önce merkantilizmin genel

doktrinlerini yazdığımızda belirttiğimiz gibi altın ve gümüş stokları belirlemektedir. Genel savaş durumu ve ticaretin dolayısıyla servetin doğasının ne olduğu ve nasıl zenginleşebileceği ile ilgili bu algı bize aynı zamanda devlet veya iktidar ile tüccarlar arasındaki ilişkinin mahiyetini kavrama imkânı da vermektedir.

Ticarette esas olan şey şayet, Montaigne'nin eserine seçtiği isimde olduğu gibi, “Birinin Yararı, Diğerinin Zararı” ise şayet o halde bir ticari ilişkide esas olan şey ilişkiye geçen tarafların her ikisinin de kazanması değil, birinin kaybederken diğerinin kazanmasıdır (Savaş, 2000: 160). Bu durumda merkantilist ekonomik öğretinin temel düsturu olan dış ticaret fazlası ve ödemeler dengesini sağlanması balta girmemiş bir arena olarak kabul edilen ve tüm ahlaki ve dinsel kayıtlamalardan sıyrılmış, kaba kuvvetin nihai çözüm aracı olarak algılandığı uluslararası arenada gerçekleşecektir. Burada temel amaç daha önce girişte yapılan alıntıda vurgulandığı gibi sınırsız veya daha çok servete sahip olmak değil, komşu ülkelerden daha çok servete sahip olmaktır. Bunun yolu ise ihracat sonucu ülke içindeki altın ve gümüş miktarını arttırırken, rakiplerin bunlara erişimini mümkün olduğunca engellemek ülküsünde yatmaktadır. Bunun sonucunda tüccarlar servetlerine servet katarken devlette artan savaş masrafları ve genişleyen bürokrasinin ihtiyaçlarını karşılayacak gelire kavuşacaktır. Bunun yolu olaraksa sömürgecilik, savaşta ve üretimde kullanılacak insan “stokunu” sağlayacak nüfusun sürekli artması siyaseti, çeşitli üretim araçlarında tüccarlara sağlanan imtiyazlar ve tekeller ile diğer ülkeleri zayıflatacak savaş dâhil her türlü sebebe başvurulmuştur.

Bu çerçevede devlet ve tüccarlar arasında ise karşılıklı çıkara dayalı bir ilişki türü belirmiştir. Denis’e (1997: 111) göre “ekonomik uyumlar” teorisi olarak adlandırılabilir. Devlet ve tüccar sınıfı arasındaki ilişkinin anahtarını sağlamaktadır. Tüccarlar için temel amaç sanayi ve dış ticaret yoluyla kar etmek, devlet içinse amaç gücünü koruyup yayabileceği insan ve para bolluğuna sahip olmaktır. Yani tüccar için amaç olan servet devlet için bir araç konumunda iken, devlet için amaç olan iktidar ve insan bolluğu tüccarlar için bir araç konumundadır. Dolayısıyla merkantilist dönemde her ikisi de birbirini gerektiren servet ve iktidarın sırasıyla tüccarlar ve devlet için araç ve amaç olarak çok önemli olduğunu belirtmek gerekmektedir. Bu paralelde Irwin (2006: 247) merkantilist dönemde servet ve siyasal iktidardan nüfuzu daha ağırlıklı olanın siyasal iktidar olduğunu belirtirken bu durumun özellikle 17. ve 18. yüzyıllarda sonu gelmeyen ticari savaşlara sebep olduğunu belirtmektedir.

Daha önce merkantilist dönemde dünyadaki ticaret miktarının sabit olduğunun kabul edildiği belirtilmişti. Bu algının sonucunda ise ticaret var olma savaşına dönüşmekte ve ülkenin tüm kaynakları korumacı bir ekonomik yaklaşım

içerisinde değerlendirilmektedir. Böylece dış ticaret ve mali denge ihracatın teşviki, ithalatın ise yerilmesi ve engellenmesi politikalarını ortaya çıkarmaktadır. Bu durumun en açık ifadesi ise dönemin bilinen isimlerinden Carew Reynell'in 1680 tarihli eserinde yazdığı şu cümlede en açık ifadesini bulmaktadır: “Tüm ihracatlar kazanç, tüm ithalatlar ise kayıptır” (Irwin, 2006: 251). Bu algının doğal sonucu ise “tüm ticaret savaşın bir türüdür” cümlesinde yankısını bulmaktadır (Irwin, 2006: 254). Bu algının en önemli sonuçlarından biri ise tüccarlar için stratejik olarak kabul edilen ürünlerde ve dış ticarete çeşitli imtiyaz ve tekellerin yaratılması ve sağlanmasıdır. Böylece merkantilist dönemde modern anlamda rekabetçi ortamdan hoşlanmayan veya “tekelci rekabetten” yana olan bir siyasi ve ticari algının hâkim olduğu görülmektedir (Vries, 2002: 72).

SONUÇ: ELEŞTİREL BİR PERSPEKTİF

Devlet ve tüccar ittifakının doğal neticesi olarak sağlanacak refahın merkantilist dönemin temel meşruiyet söylemi olduğunu belirtmeliyiz. Ancak üzerinde durmamız gereken daha önemli ve can alıcı bir soru mevcuttur. Bu dönemde servet ve iktidar birlikteliği dünyanın geri kalanı ve Avrupa içerisindeki sıradan insanlar için neyi ifade etmektedir? Bu sorunun cevabı, Adam Smith'ten mülhem klasik merkantilist eleştirinin ana noktası olan merkantilistlerin para ve serveti bir birleriyle karıştırdıkları veya dünyadaki ticaretin sabit değil genişleyen bir şekilde ele alınması ve dolayısıyla son dönemin moda tabiriyle “kazan-kazan” politikasının uluslararası arenaya hâkim olması gerektiği veya merkantilist dönemde siyasal iktidarın ekonomi üzerindeki hâkimiyetinin liberal dönemde tersine döndüğü, hatta dönmesi gerektiği yönündeki çağrılardan çok daha önemli görünmektedir. Çünkü şayet bu dönem modern kapitalizmin oluşum süreci olarak ele alınacaksa, hatalarından ders almış ancak varlık sebebini yitirmemiş dolayısıyla temel noktaları itibarıyla hala güncelliğini koruyan bir zihniyet ve siyaset etme biçimiyle karşı karşıya olduğumuzu belirtebiliriz.

Merkantilist dönemin önemli sözcülerinden John Hales merkantilist söylemin en önemli saç ayaklarından olan “milli servetin” ve “milli devletin” karşılıklı olarak bir birilerini destekleyecekleri ile ilgili olarak şunları kaydetmektedir. “Her birey, Devletin üyesidir ve bir üye için karlı olan her meslek, aynı meslekle uğraşmak isteyen her üye için de karlı olabilir. Demek ki bir üyeye kazanç sağlayan şey, o üyenin komşusuna da kazanç sağlayacak ve giderek bütün herkes kazanç sağlamış olacaktır” (Denis, 1997: 104). Buna göre tüccarların kazançlarına kazanç katmadaki hırsları ve başarıları bir devletin diğer üyeleri için de oldukça müreffeh bir hayatın kapılarını aralayacaktır. Gerçekte durum bu mudur? Hales bu satırları İngiltere’de yazmaktadır ve kendi döneminde “çitleme” (*enclosure*) olayı sırasında yüz binlerce insanın birkaç tekelci tüccar lehine

topraklarından ve yurtlarından edilmelerine tanık olmuştur. Eğer kastettiği bu durumun uzun vadede insanlara mutluluk getireceği düşüncesi ise yüzbinlerce insanın ölümü ve sefaletiyle gerçekleşecek bu düzen için umutlu olmak için süreci yaşayan insanların şükranlık duymaları beklenmemelidir. Eğer kastettiği bu sürecin başladığı dönemde bu imkânı da sunduğu ise tarih bunu yalanlamaktadır. Hales'in bu satırlarının aleyhine şahitlik edecek ve daha açık biçimiyle kapitalizmin oluşum sürecinde “fakirliğin” hem olgusal olarak üretildiği hem de ona farklı anlamlar ve işlevler yükleyen bir söylemin dolaşıma girdiğini belirtmek gerekmektedir.

Merkantilist dönemin en önemli özelliklerinden biri de toplumlarında yaşanan kitlesel sefalete rağmen nüfusun sürekli olarak artan savaşlar ve ticarete üretim rekabetini korumak için arttırılması yönündeki vurgudur. Bununla amaçlanan şey ise tüccarlar için ucuza bol emek bulma, devletin gelirlerini arttırma ve savaş için gerekli ve yeterli insan sayısını temin etme olarak sıralanabilir. Düşük ücretler ve sefalet içerisinde ancak ve ancak asgari olarak yaşamalarını ve hayatta kalmalarını sağlayacak oranda ücretlerle kitleleri çalıştırmanın merkantilist düşünce için daha farklı bir anlamı da mevcuttur. Düşük ücret halkı daha çok çalıştırmanın da bir yoludur. Dönemin sözcülerinden kabul edilen William Petty aylıklığı engellemek ve daha çok çalışmayı ve üretmeyi teşvik etmek için bolluk zamanlarında dahi buğday fiyatlarının yüksek tutulması ve eğitimin elemeği kaynaklarını kurutabileceği endişesiyle halka yasaklanması gerektiğini oldukça yalın bir biçimde dile getirebilmektedir (Denis, 1997: 112).

Fransa'da merkantilist politikaların kendi adıyla anıldığı Colbert ise ilk çocukluk yıllarındaki tembelliğin ömür boyu süreceği bahanesiyle kurduğu yapımevlerinde altı yaşındaki çocukları çalıştırmada gösterdiği üstün başarıyla övünmektedir (Denis, 1997: 112). Bu dönemde yazılan diğer bir eserde ise paranın miktarı ile ilgili tezler tartışılırken, yüksek fiyatların çalışanları daha çok üretmeye iteceği ve bu açıdan da oldukça yararlı olduğu görüşü savunulmaktadır (Denis, 1997: 115). Dolayısıyla merkantilistler için milli servet asla ve asla halkın genelini kapsayacak bir refahın aracı olarak algılanmamış aksine düşük ücret ve pahalı ürün politikaları bu dönemde ihracatın gücünü arttırıp, çalışanları daha üretken kılacağı gerekçisiyle oldukça hararetli bir biçimde savunulmuştur (Kazgan, 2002: 46). Ann Firth (2002: 42) 17. ve 18. yüzyıllarda kavramsal bir ayrımla merkantilizmin yanında bu dönemde ücretli işçileri denetleyen ve fakirleri kontrol altına alan bir siyasetin geliştiğini de belirtmektedir. Bu dönemde insan davranışları üretim ve tüketim sahalarında oldukça katı biçimde kontrol edilmeli ve yönlendirilmelidir düşüncesiyle birlikte toplumun oldukça katı bir hiyerarşik düzen içinde olması gerektiği inancı hâkimdir (Firth, 2002: 42-43). Dolayısıyla, biz bu dönemde işçi ücretlerini düşük seviyede tutarak yoksulluğun

kategorik olarak üretildiği, sürdürüldüğü, tanımlandığı ve toplumsal ilişkiler ağında meşrulaştırıldığı bir zihniyetin kuruluşunu izlemektedir.

Kendi içinde yaşadıkları toplumlara yönelik olarak bu politikaları savunan merkantilistler sömürgelerde de benzer bir zihniyetin ve siyasetin izleyicisi olmuşlardır. Siyah köle ticareti, Amerika’da, örneğin, Meksika’daki San Luis Potosi ve Guanajuato madenleri ve benzerlerinde altın ve gümüş için ölesiye çalıştırılmaları dinsel söyleminde payanda olduğu bir siyasetle meşru kabul edilmiştir (Galbraith, 2004: 40). Bu dönem ayrıca Batı’nın “efendi” ötekilerin ise “köle” olarak kabul edildiği yeni bir çağın habercisidir. Bu dönemde sömürgeci politikalar teolojik bir düzlemde meşrulaştırırken amacın uygarlık ve ahlak yoksunu olan ve onları uygarlaştırsınlar diye efendilerini bekleyen barbarlara Tanrı’yı tanıtmak olduğunu savunulmaktadır (Beaud, 2003: 43-44).

Sonuç olarak günümüz dünyasının kurulmasının tarihsel olarak merkezinde bulunan merkantalist zihinsel, politik ve pratik dönüşümler sadece Batı Dünyası’nı anlama noktasında önemli bir referans noktası oluşturmakla kalmamaktadır. Bu dönüşümler Batı’nın dünya hakimiyeti yoluyla dünyanın geri kalanına yayılan bir değişimin tetikleyicisi olmuşlardır. Bu açıdan da hem batılı toplumları hem de batı dışı toplumları ve bunların gerek kendi içlerinde geçirdikleri dönüşümleri gerekse ilişkisel düzlemde içine girdikleri süreçleri anlama noktasında tarihsel bağlamı içinde merkantilizmi incelemek tüm sosyal bilimciler için zorunlu bir uğraşı konumundadır.

REFERANSLAR

1. Beaud, M. (2003). *Kapitalizmin Tarihi*. (F. Başkaya, Çev.) Ankara: Dost Kitabevi.
2. Denis, H. (1997). *Ekonomik Doktrinler Tarihi, C. I.* (A. Tokatlı, Çev.) İstanbul: Sosyal Yayınları.
3. Ekelund, R. B., and Hébert, R. F. (1997). *A History of Economic Theory and Method, Sixth Edition*. Illinois: Waveland Press.
4. Firth, A. (2002). Moral Supervision and Autonomous Social Order: Wages and Consumption in 18th-Century Economic Thought. *History of the Human Sciences*, 15(1), 39–57.
5. Galbraith, J. K. (2004). *İktisat Tarihi: Geleceğin Aynası Olarak Bugün*. (M. Günay, Çev.) Ankara: Dost Kitabevi.
6. Guenzi, A. (2008). European Expansion in the Seventeenth Century. A. Di Vittorio (Ed.), *An Economic History of Europe: From Expansion to Development* (pp. 55-91). London: Routledge.
7. Irwin, D. A. (2006). Mercantilism: Power and Plenty Through the Lens of Strategic Trade Policy. R. Findlay, R. G. Henriksson, H. Lindgren, and M. Lundahl (Ed.), *Eli Heckscher, International Trade, and Economic History* (pp. 247-268). Cambridge: The MIT Press.
8. Kazgan, G. (2002). *İktisadi Düşünce veya Politik İktisadın Evrimi, 10. Basım*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
9. Kirshner, J. (2001). Mercantilism. B. R. Jones (Ed.), *Routledge Encyclopedia of International Political Economy Volume 2* (pp. 1009-1011). New York: Routledge.
10. Medema, S. G., and Samuels, W. J. (2003). *History of Economic Thought: A Reader*. Londra: Routledge.
11. Savaş, V. (2000). *İktisatın Tarihi*. Ankara: Siyasal Kitapevi.
12. Torun, İ. (2003). Endüstri Toplumu'nun Oluşmasında Etkili Olan İktisadi ve Sina-i Faktörler. *C. Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 4(1), 181-196.
13. Vries, P. H. (2002). Governing Growth: A Comparative Analysis of the Role of the State in the Rise of the West. *Journal of World History*, 13(1), 67-138.

80. Bölüm

Meslek Lisesi Öğrencilerinin Finansal Okuryazarlık Düzeyinin Ölçülmesi. Nazilli 50. Yıl Mesleki Ve Teknik Anadolu Lisesi Üzerine Bir Uygulama

Yılmaz ER¹

Umut Tolga GÜMÜŞ²

Durmuş SEZER³

1 Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muhasebe-Finansman YL Öğrencisi.

2 Dr. Öğr. Üyesi Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Nazilli İİBF, İşletme Bölümü.

3 Dr. Öğr. Üyesi Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Aydın İktisat Fakültesi, İşletme Bölümü.

ÖZET

Finansal okuryazarlık kavramı günden güne önemini arttırmaktadır. Globalleşen dünyada bireylerin ve toplumların finansal okuryazarlık becerisine sahip olması gelişmenin ve büyümenin en önemli adımlarında biridir. Birey ve toplum olarak parayı yönetebilme ve bunları davranışlarına dökme becerisi gündelik yaşamlarında da önemli değişimlere yol açacaktır. Küçük yaşta kazanılacak doğru bir finansal okuryazarlık düzeyi ileriki hayatında tasarruf yapabilme, yatırımlarını değerlendirebilme, hayatını kurma gibi önemli hususlarda yol gösterici olacaktır.

Finansal okuryazarlık becerisinin kazanıldığı en önemli ortamlardan birinin okul ortamı olduğu düşünülmektedir. Özellikle ara eleman yetiştirme amaçlı olarak eğitim veren meslek liseleri bu konuda ön plana çıkmaktadır. Bu liselerde okuyan öğrencilerin okudukları alanların farklı olması, alan derslerinde finansal kavramların bulunması finansal okuryazarlık düzeylerinin araştırılmasını önemli kılmıştır.

Bu çalışmada meslek lisesinde eğitim gören öğrencilerin finansal okuryazarlık seviyesi, finansal kavram bilgisi, para yönetim öz yeterlilikleri ile para yönetim davranışlarının ölçülmesi amaçlanmıştır, okudukları alanların, sınıf düzeylerinin cinsiyetlerinin bu ölçümler üzerinde etkisinin olup olmadığı araştırılmıştır.

ANAHTAR SÖZCÜKLER: Okuryazarlık, Finansal Kavramlar, Meslek Lisesi, Çerçeve Öğretim Programları, Ticaret Matematiği

ABSTRACT

Financial literacy concept is increasing its importance day by day. In the globalizing world, individuals and societies' having financial literacy skills is one of the most important steps of development and growth. The ability to manage money as individuals and as a society and to put it into their behavior will lead to significant changes in their daily lives. A correct level of financial literacy to be gained at a young age will guide you in important matters such as saving, evaluating your investments, and establishing your life in your future life.

It is thought that one of the most important environments in which financial literacy skills are acquired is school environment. Vocational high schools, which provide training for the purpose of training intermediate staff, come to the fore in this regard. The fact that the students studying in these schools are different in their fields and the presence of financial concepts in the field courses has made it important to investigate the levels of financial literacy.

In this study, it is aimed to measure the financial literacy level, financial concept knowledge, money management self-efficacy and money management

behaviors of the students studying at vocational high schools, and it is investigated whether the gender, the fields they study and their class levels have an effect on these measurements.

KEY WORDS: Literacy, Financial Concepts, Vocational High School, Framework Curriculum, Business Mathematics

GİRİŞ

İnsanlar hayatını idame etme, daha rahat bir yaşam sürme çabası ile sürekli çalışmakta ve çeşitli kazanç yolları üzerinde kafa yormaktadır. Ücretli çalışma, kendi işini kurma veya finansal yatırımlar ile hayatını kazanma peşine düşmektedir. Bu süreç insanların toplu yaşama geçtiği günden itibaren sürmekte ve günümüzde daha zor, daha da üzerinde düşünülmesi gerek bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır. Kişilerin Para kazanma yolları üzerinde bilgi sahibi olmasından daha da önemli bir durum bu parayı nasıl harcayacağı, yöneteceği düşüncesidir. Bu durum karşımıza finansal okuryazarlık kavramını çıkartmaktadır.

Finansal okuryazarlık becerisi günümüzde çok önemli ve mutlaka kazanılması gereken beceriler arasında gösterilmektedir. Günümüzde yaşanan globalleşme eğilimleri, yaşanan ekonomik krizler dünyadaki tüm devletleri etkilemektedir. Devletlerin uyguladıkları ekonomik programların başarılı olması o ülkeden yaşayan insanların sahip olduğu finansal bilgi düzeyi ile de yakından ilişkilidir.

Finansal okuryazarlık becerisinin kazanılacağı yerlerin başında aile ortamı ve okul ortamı gelmektedir. Klasik aile yapısını düşündüğümüzde evin ve evde yaşayan bireylerin ihtiyaçlarını genellikle anne ve babanın karşıladığı, çocukların bu sürecin biraz dışında olduğu görülmektedir. Bu durum aile ortamında finansal okuryazarlık becerisinin kazanılmasının zor olduğu ve yeterli olmadığını göstermektedir. Zorunlu eğitimin 12 yıl olması ve herkesin üniversite okuma isteğinde olması, ortalama 60 yıl yaşayan bir insanın ortalama yaşam süresinin %25'i okul ortamında geçtiği görülmektedir. Bu durumda finansal okuryazarlık becerilerinin okulda öğretilmesi hayati öneme sahiptir. 2000'li yıllardan sonra teknolojinin hayatımıza hızlı girişi, aile yapısını, alışveriş süreçlerini, insanların parayı yönetme biçimini, tüketim alışkanlıklarını değiştirmiştir. Z kuşağı olarak tabir edilen kuşağın bu teknolojik değişim ile büyümesi kendi hayatları, alışkanlıkları ve tüketimleri üzerinde daha çok söz sahibi oldukları görülmektedir. Son yıllarda pandemi kaynaklı kapanmalar, ekonomideki değişimler, insanların paraya bakış açısını ve tüketimlerini etkilemiştir. Bu Z kuşağının en yoğun olarak eğitim gördüğü eğitim seviyesi ortaöğretim (Lise) olarak görünmektedir. 2020-2021 eğitim öğretim dönemi istatistiklerine

bakıldığında ortaöğretim seviyesinde 6.318.602 öğrenci okumaktadır. (Millî Eğitim İstatistikleri Örgün Eğitim 2020/2021)

Ülkemizde mevcut lise türlerine bakıldığında finansal okuryazarlık becerilerini kazandırmaya yönelik derslerin olmadığı bilinmektedir. Fakat Okul türleri içinde başarı düzeylerinden ziyade kuruluş amacı ara eleman yetiştiren meslek liselerin müfredatında finansal kavramların yoğun olarak geçtiği derslerin olduğu bilinmektedir. Bu liseler eski adıyla Ticaret Meslek Lisesi olarak bilinen ama Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi olarak adı değiştirilen liselerdir. Millî Eğitim Bakanlığının 2020/2021 dönemi için yayınlanan istatistiklerinde 1.731.556 öğrencinin Meslekî ve Teknik Ortaöğretim bünyesindeki lise vb okullarda okuduğu görülmektedir. Bu amaçla mesleki ve teknik anadolu liselerinde okuyan öğrencilerin finansal okuryazarlık seviyeleri, para yönetim öz yeterlilikleri, finansal kavram bilgilerinin ölçülmesi önemli hale gelmiştir. Bu liselerde okuyan öğrencilerin okuduğu sınıf seviyesi, cinsiyetleri, okudukları alanlarının finansal okuryazarlık düzeyleri üzerinde bir etkisinin olup olmadığı araştırılmaya çalışılmıştır.

1.1 Finansal Okuryazarlık Kavramı

Finansal okuryazarlık kavramı globalleşen dünyada tüm ülke ve toplumların üzerinde durduğu, geliştirmek istediği bir beceri olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu beceri hakkında yapılan tanımlamalara bakıldığında çeşitli fikirlerin ortaya atıldığı görülmektedir. Yapılan tanımlamaların bazıları şu şekilde karşımıza çıkmaktadır;

Finansal Okuryazarlık ve Erişim Derneği (FODER) finansal okuryazarlığı şu şekilde tanımlamaktadır. “ Finansal okuryazarlık gelirinize/bütçenizle ilgili bilgi sahibi olmak ve onu etkin bir şekilde yönetebilmeyi ifade eder. Finansal okuryazarlık, kişinin gelirini akıllıca finansa edebilmesinin yanı sıra, doğru yatırım ve tasarruflara yönebilmesini sağlar.”

Finansal okuryazarlık; bütçeleme, tasarruf, yatırım, ödünç alma/verme, sigortalama, çeşitlendirme ve gelir-gider eşleştirmesi ile ilgili uygulamalar gibi finansal müşterilerin finansal ürün/hizmet ve kavramlar hakkında bilgi ve becerilerini geliştirmelerini, finansal risk ve fırsatları daha iyi görmelerini, daha bilinçli tercih yapmalarını, nereden yardım almaları gerektiğini ve finansal refahlarını arttırmak için bunun dışındaki diğer tüm faaliyetleri etkin bir şekilde yapmalarını sağlayan bir süreç olarak tanımlanmaktadır (Gutnu ve Cihangir, 2015:416).

Para yönetimi insanların paralarının nasıl yönetecekleri, faturalarını nasıl ödeyeceği, bütçelerini yaparken nelere dikkat edecekleri ve bütçe planlamasını

nasıl yapacaklarını tanımlayan bir kavramdır. Para yönetimini yapabilmekte finansal okuryazar olabilmekten geçmektedir (Öztürk ve Demir, 2015: 119).

Finansal okuryazarlık; bireylerin mali planlama, birikim, borç ve emeklilik konusunda doğru karar alma ve ekonomik bilgiye sahip olma yetisidir (Ünal vd, 2016: 936).

Yapılan diğer tanımlamalara bakıldığında yukarıda belirtilen tanımlamalara benzer tanımlamalar olduğu, finansal okuryazarlığın genel olarak aşağıdaki bilgi ve becerileri taşıma gerektiği fikri ortaya çıkmaktadır.

- Gelirini yönetebilme,
- Parasını yönetebilme,
- Tasarruf yapabilme,
- Doğru yatırımlara dönüştürme,
- Geleceği düşünerek hareket etme,
- Finansal kararlar alırken bilinçli hareket etme.

1.2 Finansal Okuryazarlık Önemi

Finansal okuryazarlık kavramının bu denli önemli olmasının nedenlerine bakıldığında kişilerin verdiği finansal kararların ailelerin kendi bütçeleri üzerinde, devletlerin ekonomik plan ve hedefleri üzerinde etkili olduğu düşüncesidir. Bireylerin kendi yaşam kalitesini arttırma, bütçeleme yapabilme, parasını yönetebilme, finansal kararlar alırken bilinçli hareket etmesi finansal okuryazarlığın temelini oluşturur. Toplumdaki genel duruma bakıldığında gelirini (parasını), bütçesini (harcamalarını) yönetemeyen kişiler borçlanma yoluna gittiği, borçlanmanın etkisi geri kalan hayatının çoğunu sancılı bir şekilde geçirdiği görülmektedir. Kişilerin borçlanması, finansal yapı üzerinde de etkili olabilmektedir. O yüzden devletler vatandaşların finansal okuryazarlığını arttırma çabalarına girişmişlerdir.

Çeşitli finans kuruluşları, devlet kurumları bu önemin farkına varıp çeşitli eğitim ve desteklerde bulunmaktadır. Dünyadaki örneklerden ziyade Türkiye’de finansal okuryazarlık farkındalığı yaratmak için yapılan çalışmalar bu şekilde karşımıza çıkmaktadır.

Türkiye Merkez Bankası 2017 yılında “Herkes İçin Ekonomi” projesi ile finansal okuryazarlık eğitimi konusunda önemli bilgilerin olduğu bir platform açmıştır. Bu platform üzerinde küçük yaşta çocukların ve yetişkin insanların yararlanabileceği finansal kavramlar, ekonomi kavramları bulunmaktadır.

Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı tarafından 2011 yılında finans, bütçeleme kredi kartı, kredi tasarruf gibi herkesi ilgilendiren finansal okuryazarlık eğitimine katkı sağlayacak bir kitap basmıştır. Sivil toplum kuruluşları ve çeşitli sosyal sorumluluk projelerinde eğitim vermektedir.

Türkiye Ekonomi Bankası (TEB) ve Boğaziçi Üniversitesinin işbirliği ile 2013 yılından veri OECD ülkesi veya diğer ülkelerde yayınlanan finansal okuryazarlık çalışmalarını raporlaştırıp kullanıcılara sunmaktadır. Ayrıca uzun yıllardır. Finansal okuryazarlık üzerine seminerler vererek eğitimlere katkı sunmaktadır. Buna benzer eğitimlerin günden güne arttığı görülmektedir. Artan nüfus, ekonomik krizler, globalleşme vb. Sebepler ile finansal okuryazarlığın önemi günden güne artmaktadır.

2.1. FINANSAL OKURYAZARLIK LİTERATÜR ÇALIŞMALARI

Finansal Okuryazarlığın öneminin artması ile birlikte yapılan çalışmalar, eğitimler, bilimsel araştırmalar da artmıştır. Literatür taramasında öncelikle dünya genelinde yapılan çalışmalar sonra da ülkemizde özellikle Ortaöğretim seviyesinde yapılmış çalışmalar hakkında bilgi verilecektir.

Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD) Uluslararası Finansal Eğitim Ağı (INFE) tarafından 25 Haziran 2020 tarihinde "Yetişkinlerin Finansal Okuryazarlık Araştırması" (OECD/INFE 2020 International Survey of Adult Financial Literacy) raporunu yayınladı. Raporda 26 ülkenin 18 yaş üstü vatandaşlarına anket uygulanmıştır. Anket Finansal Bilgi (0-7 puan), Finansal Davranış(0-9), Finansal Tutum(1-5) bölümlerinden oluşturulmuş ve toplamda 21 puan üzerinden değerlendirilmiştir. 125.787 kişi ile yapılan anket sonuçlarına göre bu 26 ülkenin genel finansal okuryazarlık puan 12,7 olarak tespit edilmiştir. Elde edilen bu sonuç finansal okuryazarlık düzeyinin düşük olduğunu göstermektedir. Bu durum gelişmiş veya gelişmemiş olsun ülkelerin genelinde düşük finansal okuryazarlık puanlarının olduğunu göstermektedir.

Dünyanın çeşitli ülkelerinden yapılan bir sürü benzer araştırma bulunmaktadır. 2009 yılında Amerika Birleşik Devletlerinde Lusardi and Mitchell (2011), 2006 yılında İtalyada Fornero and Monticone (2011, 2010 yılında Japonyada Sekita (2011), 2010 yılında Romanyada Dünya Bankası(2010) yapılan çalışmaların bazılarıdır. Bu çalışmaların çoğunda yapılan finansal okuryazarlık seviyelerinin düşük olduğu, erkeklerin kadınlardan daha yüksek bir finansal okuryazarlık seviyesine sahip olduğu görülmektedir.

Türkiyede yapılan çalışmalar incelendiğinde Türkiye Ekonomi Bankası (TEB) ve Boğaziçi Üniversitesinin işbirliği ile hazırlanan “Türkiye’de Finansal Okuryazarlık ve Erişim ve Dijital Olgunluk” istatistikleri, yerel bazda yapılan üniversite araştırmaları ve yüksek lisans tezlerinin olduğu görülmektedir.

Kılıç, Ata, ve Seyrek (2015) tarafından yapılan “Finansal Okuryazarlık: Üniversite Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma” adlı makalede Gaziantep üniversitesinde okuyan öğrencilerin finansal okuryazarlık seviyeleri ölçülmüştür. Bu araştırmada öğrencilerin finansal okuryazarlık seviyesi 100 puan üzerinden

48 olarak ölçülmüştür. Yapılan benzer araştırmada yine bu seviyenin düşük çıktığı görülmektedir.

Güvenç, Hülya (2017),“Öğretim Programlarımızda Finansal Okuryazarlık” alan çalışması ile ilk ve ortaokullardaki derslerin finansal okuryazarlık üzerine etkisi araştırmıştır. Ortaöğretim (9-12) seviyesinde sunulan seçmeli derslerin ekonomi, girişimcilik gibi derslerin finansal okuryazarlık üzerine etkisinin fazla olduğunu dile getirmiştir.

Türkiye Ekonomi Bankası (TEB) ve Boğaziçi Üniversitesinin işbirliği ile hazırlanan “Türkiye’de Finansal Okuryazarlık ve Erişim ve Dijital Olgunluk” 2020 yılı istatistiklerinde 1056 katılımcı ile yapılan ankette finansal okuryazarlık indeksi 60,8 olarak ölçülmüştür. Araştırmada dikkat çeken hususların başında Yüksekokul mezunlarının 66,6, Mesleki Lisesi mezunlarının ise 64,1 puan olarak ortalamasının üstünde ve diğer eğitim seviyelerine göre daha yüksek puana sahip oldukları hususu olmuştur. Çalışmada finansal okuryazarlık indeksinin diğer yıllara bir artış eğiliminde olduğu görülmektedir.

Karadeniz Teknik Üniversitesinde “Lise Öğrencilerinin Finansal Okuryazarlık Düzeyi Üzerine Bir Alan Araştırması” adlı çalışmada lise öğrencilerinin finansal okuryazarlık düzeyinin düşük olduğu yapılan benzer çalışmalarla paralellik taşıdığı gözlemlenmiştir. Ticaret meslek lisesi öğrencilerin finansal bilgi sorularında daha başarılı oldukları görülmektedir.

3.1 Araştırmanın Konusu

Literatür çalışmalarına bakıldığında Meslek lisesinde okuyan öğrencilerin finansal okuryazarlık düzeyleri diğer dengi okullara göre daha yüksek çıktığı görülmektedir. Meslek liselerinin ara eleman yetiştirme amaçlı liseler olması, bu liselerde okuyan öğrencilerin erken yaşta iş hayatına atılmaları ve erken yaşta finansal kavramlarla karşılaşması onları diğer öğrencilerden ayırmaktadır. Meslek lisesinde okuyan öğrencilerin gördükleri derslerin finansal kavramları içermesi bu liselerde okuyan öğrencilerin para yönetim öz yeterlilikleri, para yönetim davranışları, finansal okuryazarlık düzeylerinin araştırılmasını önemli kılmıştır.

Araştırmanın evrenini meslek lisesinde okuyan öğrencileri oluşturmaktadır. Fakat evrendeki tüm meslek liselerine ulaşmanın imkânsız olması sebebiyle Aydın Nazilli ilçesinde bulunan 50. Yıl Mesleki ve Teknik Anadolu lisesi örneklem olarak seçilmiştir. Örneklem yöntemi olarak seçkisiz olmayan (non random) uygun örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Bu lisenin seçilme sebebi ise ticaret ve hizmet alanına yönelik derslerin veriliyor olmasıdır.

Örneklem olarak ele alınan 50. Yıl Mesleki ve Teknik Anadolu lisesi hakkında bilgiler toplanmış ve okul bünyesinde bulunan alanlar aşağıda gibi olduğu görülmüştür.

- ❖ Muhasebe Finansman
- ❖ Bilişim Teknolojileri
- ❖ Konaklama ve Seyahat Hizmetleri
- ❖ Pazarlama ve Perakende
- ❖ Büro Hizmetleri ve Sekreterlik
- ❖ Ulaştırma Hizmetleri

Belirtilen alanlara ait Çerçeve öğretim programları Mesleki ve Teknik Eğitim Genel Müdürlüğü sitesinden indirilmiş 4 sene boyunca öğrencilerin aldığı meslek dersler ve ders saatleri aşağıdaki gibi olduğu görülmüştür.

Tablo 3.1.: Muhasebe Finansman Alanı Çerçeve Öğretim Programı

Dersler	9. Sınıf	10.Sınıf	11.Sınıf	12.Sınıf
Mesleki Gelişim Atölyesi	2			
Temel Muhasebe	5			
Mesleki Matematik	2			
Ofis Uygulamaları	2	7		
Genel Muhasebe		2		
Ekonomi		2		
Temel Hukuk		3		
Bilgisayarlı Muhasebe			7	
Gişimcilik ve işletme Yönetimi			2	
Vergi ve Beyannameler			2	
Şirketler Muhasebesi			2	
Maliyet Muhasebesi			2	
İş ve Sosyal Güvenlik Hukuku			2	
İşletmelerde Mesleki Eğitim				24

Tablo 3.2.: Bilişim Teknolojileri Alanı Çerçeve Öğretim Programı

Dersler	9. Sınıf	10.Sınıf	11.Sınıf	12.Sınıf
Mesleki Gelişim Atölyesi	2			
Programlama Temelleri	4			
Bilişim Teknolojinin Temelleri	3			
Bilgisayarlı Tasarım Uygulamaları	2			
Nesne Tabanlı Programlama		10		
Robotik ve Kodlama		4		
Web Tabanlı Uygulama Geliştirme			8	

Mobil Uygulamalar			5	
Grafik ve Canlandırma			4	
İşletmelerde Mesleki Eğitim				24

Tablo 3.3.: Konaklama ve Seyahat Hizmetleri Alanı Çerçeve Öğretim Programı

Dersler	9. Sınıf	10.Sınıf	11.Sınıf	12.Sınıf
Mesleki Gelişim Atölyesi	2			
Genel Turizm	3			
Konaklama ve Seyahat Hizmetleri Atölye	6			
Önbüroda Rezervasyon		2		
Konuk Giriş Çıkış İşlemleri		2		
Önbüro Hizmetleri Atölyesi		5	4	
Kat Hizmetleri Atölyesi		5	6	
Sürdürülebilir Turizm			2	
Konaklama İşletmeciliği			3	
Mesleki Yabancı Dil			2	
İşletmelerde Mesleki Eğitim				24

Tablo 3.4.: Pazarlama ve Perakende Alanı Çerçeve Öğretim Programı

Dersler	9. Sınıf	10.Sınıf	11.Sınıf	12.Sınıf
Mesleki Gelişim Atölyesi	2			
Pazarlama İlkeleri	2			
Ofis Uygulamaları	4			
Tüketici Davranışları	3			
Temel Sigortacılık		4		
Temel Hukuk		2		
Mesleki Matematik		2		
Satışta İletişim Teknikleri		3		
Sigortacılıkta Hizmet Pazarlaması		3		
Risk ve Hasar Yönetimi			3	
Sigorta Hukuku			2	
Can Sigortaları ve Bireysel Emeklilik			3	
Hayat Dışı Sigortalar			4	
Sigorta Paket Programı			2	
Mesleki Yabancı Dil			3	
İşletmelerde Mesleki Eğitim				24

Tablo 3.5.: Büro Hizmetleri ve Sekreterlik Alanı Çerçeve Öğretim Programı

Dersler	9. Sınıf	10.Sınıf	11.Sınıf	12.Sınıf
Mesleki Gelişim Atölyesi	2			
BüroTeknolojileri	4			
Klavye Teknikleri	3			
Temel Hukuk	2			
Büro Hizmetleri		4		
Ofis Uygulamaları		4		
Diksiyon ve Etkili İletişim		4		
Hızlı Klavye Kullanımı		2		
Yazışma ve Dosyalama Teknikleri			4	
Tasarım Programları			4	
İleri Ofis Programları			3	
Web Uygulamaları			2	
Dijital Ofis Uygulamaları			2	
Mesleki Yabancı Dil			2	
İşletmelerde Mesleki Eğitim				24

Tablo 3.6.: Ulaştırma Hizmetleri Alanı Çerçeve Öğretim Programı

Dersler	9. Sınıf	10.Sınıf	11.Sınıf	12.Sınıf
Mesleki Gelişim Atölyesi	2			
Temel Ulaştırma	5			
Ofis Programları	4			
Taşıma Modelleri		5		
Depo Yönetimi		4		
Depo Programı		3		
Teslim ve Ödeme Şekilleri		2		
Gümrük			4	
Gümrük Programı			3	
Lojistik Belgeler			3	
Lojistik Hesaplamalar			3	
Lojistik Satın Alma			3	
Mesleki Yabancı Dil			2	
İşletmelerde Mesleki Eğitim				24

Alanlarının ders programları incelendiğinde Muhasebe Finansman Alanı ile Pazarlama ve Perakende Alanında “Mesleki Matematik” dersinin olduğu diğer alanlarda olmadığı görüldü. Alan ders bilgi forumları ve çerçeve öğretim programlarına bakıldığında Bilişim Teknolojileri Alanı hariç diğer alanlarda

Ekonomi ve finansal kavramların ve bu kavramlar ile ilgili kazanımların olduğu görülmüştür. Bu kavramların en çok bulunduğu alan ise Muhasebe Finansman Alanıdır. 12. sınıfta okuyan öğrencilerin haftada 3 gün işyerlerine staja gittikleri ve düzenli olarak asgari ücretin %30'u kadar ücret aldıkları görülmektedir.

3.2 Araştırmanın Amacı

Bu araştırmada 50. Yıl Mesleki ve Teknik Anadolu lisesinde okuyan öğrencilerin finansal okuryazarlık seviyeleri, para yönetimi öz yeterlilikleri, para yönetim davranışları ve finansal kavram bilgileri ölçülecek olup cinsiyetlerine göre, sınıflarına göre, okudukları alanlara göre anlamlı farklılaşmaların olup olmadığı tespit edilmeye çalışılmıştır.

3.3 Araştırmanın Hipotezleri

Araştırmada Para yönetim öz yeterlilik düzeyi, Para yönetim davranışları düzeyi, Finansal okuryazarlık düzeyi, Finansal kavramlar bilgi düzeyi olmak üzere 4 farklı ölçüm yapılmıştır. Bu 4 farklı ölçüm öğrencilerin cinsiyeti, okuduğu sınıf seviyesi ve okuduğu alan ile anlamlı bir farklılık oluşturup oluşturmadığı araştırılmak istenmektedir. Bu nedenle ortaya 12 hipotez çıkmıştır.

Hipotez₁: Öğrencilerin Para Yönetim Öz yeterlilik Algıları düzeyi ile cinsiyet arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Hipotez₂: Öğrencilerin Para Yönetim Öz yeterlilik Algıları düzeyi ile okudukları sınıf seviyesi arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Hipotez₃: Öğrencilerin Para Yönetim Öz yeterlilik Algıları düzeyi ile okudukları alanlar arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Hipotez₄: Öğrencilerin Para Yönetim davranışları ile cinsiyetleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Hipotez₅: Öğrencilerin Para Yönetim davranışları ile okudukları sınıf seviyesi arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Hipotez₆: Öğrencilerin Para Yönetim davranışları ile okudukları alanlar arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Hipotez₇: Öğrencilerin Finansal Okuryazarlık Düzeyi ile cinsiyet arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Hipotez₈: Öğrencilerin Finansal Okuryazarlık Düzeyi ile okudukları sınıf seviyesi arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Hipotez₉: Öğrencilerin Finansal Okuryazarlık Düzeyi ile okudukları alanlar arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Hipotez₁₀: Öğrencilerin Finansal Kavram Bilgi Düzeyleri ile cinsiyet arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Hipotez₁₁: Öğrencilerin Finansal Kavram Bilgi Düzeyleri ile okudukları sınıf seviyesi arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Hipotez₁₂: Öğrencilerin Finansal Kavram Bilgi Düzeyleri ile okudukları alanlar arasında anlamlı bir farklılık vardır.

3.4 Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırmanın evrenini meslek lisesinde okuyan öğrencileri oluşturmaktadır. Fakat evrendeki tüm meslek liselerine ulaşmanın imkânsız olması sebebiyle Aydın Nazilli ilçesinde bulunan 50. Yıl Mesleki ve Teknik Anadolu lisesi örneklem olarak seçilmiştir.

3.5 Materyal ve Yöntem

Araştırmanın verilerini elde etmek amacıyla nicel araştırma yöntemi seçilmiştir. Bunun için anket oluşturulmuş ve kullanıcılar tarafından kâğıt üzerinde doldurulmuştur. Anket uygulama aşamasında öğrencilere anketin amacı, doldurma yöntemi ve samimi cevapların verilmesi konusunda yönlendirmeler yapılmıştır. Okulda kayıtlı öğrenci sayısı anketin yapıldığı dönemde 339 olduğu fakat devamsız eden öğrencilerin fazla olması sebebiyle 250 adet anket bastırılmış olup 231 tanesi uygulanmıştır. Anket sonuçları teker teker okunup SPSS 25 programına aktarılmıştır. Sonuçlar SPSS 25 programı aracılığıyla analiz edilmiştir.

Uygulanan anket 5 bölümden oluşmaktadır. A bölümünden kişisel özellik ile demografik bilgiler, B bölümünde “Para Öz Yeterlilik Algısı Ölçeği”, C bölümünde “Para Yönetim Davranışları Ölçeği”, D bölümünde Finansal Tutum ve Davranışa yönelik sorular, E bölümünde finansal bilgi ve kavramalara yönelik sorular bulunmaktadır. Ankette B ve C bölümlerinde kullanılan ölçekler Hülya GÜVENÇ tarafından oluşturulmuştur. Diğer sorular ise tez ve makalelerde kullanılan sorulardan derlenmiştir.

3.6 Araştırma Bulguları

Hazırlanan anketin finansal okuryazarlık düzeyini ve kavramlarını, Para öz yönetim algısını, Para yönetim davranışlarını ölçme konusunda yeterli olup olmadığı, elde edilen verilerin normal dağılıp dağılmadığı ile ilgili olarak bazı testlere tabi tutulmuştur. Bu amaçla literatürde likert tipi soruların güvenilirliğini ölçen Cronbach Alfa güvenilirlik testi uygulanmıştır. Finansal bilgiyi ölçen soruların şık sayıları eşit olmaması ve seçmeli olması sebebi ile bu güvenilirlik testine uygun olmadığı tespit edilmiş güvenilirlik testine tabi tutulmamıştır.

Tablo 3.7.: Güvenirlilik Testleri

Ölçekler	Cronbach Alfa R ₂	Ölçek Soru Sayısı
Para Yönetim Öz Yeterlilik Algısı Ölçeği	0,891	10
Para Yönetim Davranışları Ölçeği	0,797	10
Finansal Kavramlar	0,912	22

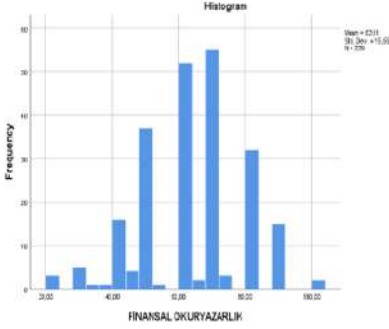
Cronbach Alfa katsayılarına bakıldığında uygulanan anketteki ölçek ve soruların güvenirlilik katsayıları yüksek çıkmıştır. Bu durumda yöneltilen soruların güvenli olduğu görülmektedir.

Elde edilen ölçümlerin normal dağılıp dağılmama durumlarına göre yapılacak anlamlılık testlerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bunun için en çok kullanılan dağılım testleri yapılmıştır ve çıkan sonuçları tablo-2 üzerinden gösterilmiştir.

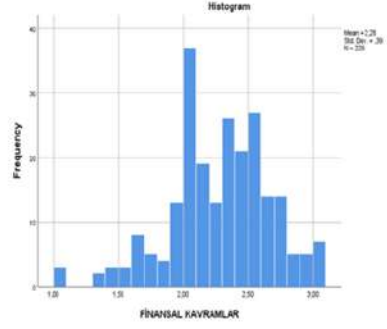
Tablo 3.8.: Normallik Testleri

	Kolmogorov- Smirnov	Shapiro-Wilk	Skewness (Çarpıklık)	Kurtosis (Basıklık)
Para Yönetim Öz Yeterlilik Algısı Ölçeği	0,001	0,000	-0,899	1,003
Para Yönetim Davranışları Ölçeği	0,008	0,001	-0,524	0,706
Finansal Bilgi Düzeyi	0,000	0,001	-0,223	-0,152
Finansal Kavramlar	0,32	0,000	-0,521	-0,540

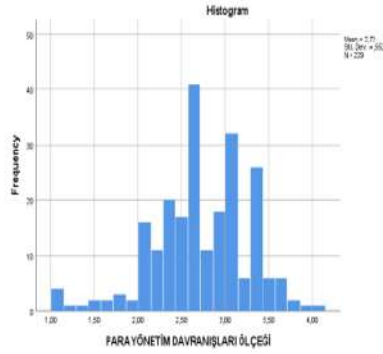
Tablo 3.8’de verilerin normal dağılıp dağılmadığını görmek amacıyla Kolmogorov-Smirnov, Shapiro-Wilk testleri uygulanmıştır. Örneklem sayısı 50’den fazla olduğu için Kolmogorov-Smirnov baz alındı. P değerlerine bakıldığında; Para Yönetim Öz Yeterlilik Algısı Ölçeği Para Yönetim Davranışları Ölçeği ve Finansal Bilgi Düzeyi 0,05 anlamlılık değerinden küçük olduğu için normal dağılımın olmadığı görülmektedir. Fakat Skewness (Çarpıklık), Kurtosis (Basıklık) değerlerine bakıldığında +2, -2 değerleri arasında olduğu, buna göre de dağılım normal olarak kabul edilebilir olduğu görülmektedir. Finansal kavramların P değeri 0,05’ten büyük olduğu için verilerin normal dağılım gösterdiği söylenebilir. Ayrıca aşağıda verilen histogram grafiklerinden de normal dağılımın olduğu görülmüştür. Bu şartlar altında parametrik testler uygulanabilecektir.



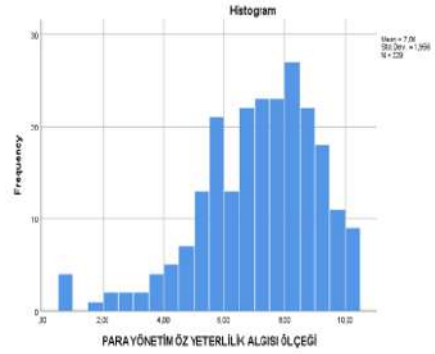
Grafik 1



Grafik 2



Grafik 3



Grafik 4

3.6.1 Demografik Özellikleri

Ankete katılım gösteren öğrencilerin sayısı N=231 olarak gerçekleşmiştir. Anket yüz yüze sınıflarda uygulanmıştır. Katılım demografik özellikleri Tablo 3.9 üzerinden özetlenmiştir.

Tablo 3.9.: Kişisel Bilgi ve Demografik özellikler (N=231)

Değişkenler	Alt Gruplar	f	%
Cinsiyet	Erkek	157	68
	Kadın	74	32
Sınıf	9	68	29,4
	10	60	26
	11	69	29,9
	12	34	14,7
Alan	Muhasebe Finansman	55	23,8
	Bilişim Teknolojileri	55	23,8
	Konaklama ve Seyahat Hizmetleri	16	6,9
	Pazarlama ve Perakende	28	12,1
	Büro Hizmetleri ve Sekreterlik	46	19,9
	Ulaştırma Hizmetleri	31	13,4

Tablo 3.9 İncelendiğinde ankete katılan öğrencilerin %68'i Erkek, %32'si ise Kız öğrencilerden oluştuğu gözlemlenmiştir. Sınıf düzeylerine bakıldığında öğrencilerin %29,4'u 9. Sınıfta, %26'sı 10.sınıfta, %29,9'u 11.sınıfta, %14,7'si ise 12.sınıfta okumaktadır. 12.sınıf öğrencilerinin sayısı diğer sınıflara göre az olduğu gözlemlenmiştir. Alan bazlı dağılıma bakıldığında en fazla öğrencinin %23,8 ile Muhasebe ve finansman alanı ve Bilişim teknolojileri alanlarında olduğu görülmektedir. En az öğrencinin ise %6,9 ile konaklama ve seyahat hizmetleri alanında olduğu görülmektedir.

3.6.2 Para Yönetim Öz Yeterlilik Algısı ile Cinsiyet, Sınıf, Alanlar arasındaki ilişki

Para yönetim öz yeterlilik ölçeği öğrencilerin elindeki parayı yönetebilme, bütçe yapabilme, tasarruf yapabilme ve uygun şekilde saklama yeterliliklerini ölçen bir ölçektir. Buradaki amaç öğrencilerin bu tür beceriler konusunda kendilerini nasıl değerlendirdiğini ölçmektedir. Genel ortalama, cinsiyet bazında, sınıf bazında ve alan bazında tablo 3.10'da gösterilmiştir.

Tablo 3.10.: Para Yönetim Öz Yeterlilik Algısı ve Anlamlılık Testleri

Değişkenler	Alt Gruplar	Para Yönetim Öz	Yapılan Test	P
		Yeterlilik Algısı		
		(%0- %100)		
		$\bar{x}$		
Genel ortalamalar		70,52		
Cinsiyet	Erkek	71,91	T-Testi	0,115
	Kadın	67,56		
Sınıf	9	71,50	Anova	0,347
	10	69,97		
	11	72,56		
	12	65,38		
Alan	Muhasebe Finansman	69,05	Anova	0,346
	Bilişim Teknolojileri	74,85		
	Konaklama ve Seyahat Hizmetleri	66,17		
	Pazarlama ve Perakende	73,57		
	Büro Hizmetleri ve Sekreterlik	67,65		
	Ulaştırma Hizmetleri	69,17		

Tablo 3.10’da öğrencilerin parasını yönetebilme yeterlilikleri ile ilgili olarak 10 tane soru sorulmuştur. Bu sorularda genel olarak kişilerin parasını yönetebilme, birikim yapabilme, giderlerini dengeleme konularında kendilerini ne kadar yeterli gördüklerini %0 ile %100 arasında bir değerlendirme yapmaları istenmiştir. Çıkan sonuçlara göre Ortalama Para Öz Yeterlilik Algısı %70,52 olarak hesaplanmıştır. Erkeklerin Öz Yeterlilik Algı düzeyi %71,91 ile ortalamanın üzerinde kadınların ise %67,56 ile ortalama altında kaldığı görülmektedir. Algı düzeyleri en yüksek %72,56 ile 11.sınıflar olurken en düşük %65,38 ile 12.sınıf öğrencileri olmuştur.

Para yönetim öz yeterlilik algısı ile cinsiyet arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını saptamak için T-Testi yapılmıştır. $P=0,115$ değeri ile $P>0,05$ anlamlılık düzeyinden büyük olduğu için anlamlı bir farklılığın olmadığı görülmüştür. “Öğrencilerin Para Yönetim Öz yeterlilik Algıları düzeyi ile cinsiyet arasında anlamlı bir farklılık vardır.” Hipotezi reddedilmiştir.

Para yönetim öz yeterlilik algısı ile okudukları sınıf seviyesi arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını saptamak için ANOVA testi yapılmıştır. $P>0,05$ anlamlılık seviyesinden büyük olduğu için anlamlı bir farklılığın olmadığı görülmüştür. “Öğrencilerin Para Yönetim Öz yeterlilik Algıları düzeyi ile okudukları sınıf seviyesi arasında anlamlı bir farklılık vardır.” Hipotezi reddedilmiştir.

Para yönetim öz yeterlilik algısı ile okudukları sınıf seviyesi arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını saptamak için ANOVA testi yapılmıştır. $P>0,05$ anlamlılık seviyesinden büyük olduğu için anlamlı bir farklılığın olmadığı görülmüştür. “Öğrencilerin Para Yönetim Öz yeterlilik Algıları düzeyi ile okudukları alanlar arasında anlamlı bir farklılık vardır.” Hipotezi reddedilmiştir.

3.6.3 Para Yönetim Davranışları ile Cinsiyet, Sınıf, Alanlar arasındaki ilişki

Öğrencilerin sahip olduğu parayı harcama şekilleri, harcama kalemleri, zamana bölme gibi davranışlar ile ilgili olarak 10 tane soru sorulmuş. Verdikleri cevaplar aşağıda gibi ölçeklendirilmiştir.

0,00- 1,00- Kesinlikle Doğru Değil 1,01-2,00- Çoğunlukla Doğru Değil
2,01-3,00- Çoğunlukla Doğru 3,01-4,00- Kesinlikle Doğru

Tablo 3.11.: Para Yönetim Davranışları Ölçeği ve Anlamlılık Testleri

Değişkenler	Alt Gruplar	Para Yönetim Davranışları $\bar{x}$	Yapılan Test	P
Genel ortalamalar		2,72		
Cinsiyet	Erkek	2,71	T-Testi	0,861
	Kadın	2,72		
Sınıf	9	2,72	Anova	0,444
	10	2,68		
	11	2,79		
	12	2,61		
Alan	Muhasebe Finansman	2,76	Anova	0,715
	Bilişim Teknolojileri	2,76		
	Konaklama ve Seyahat Hizmetleri	2,57		
	Pazarlama ve Perakende	2,60		
	Büro Hizmetleri ve Sekreterlik	2,74		
	Ulaştırma Hizmetleri	2,71		

Tablo 3.11’deki Para yönetim davranışları ölçeğine bakıldığında genel ortalamanın 2,72 olarak ölçüldüğü görülmüştür. Buna göre öğrencilerin parasını harcama konusunda zamana bölme, harcama kalemlerine bölme, harcama planları şeklinde harcama davranışları içerisinde olduğu ve bunla ilgili sorulara “çoğunlukla doğru” şeklinde cevap verdikleri görülmüştür.

Cinsiyet, Sınıf ve alanlar bazında ortalamalara bakıldığında aralarında bariz bir farkın olmadığı yapılan T-Testi ve ANOVA testlerindeki P değerinin 0,05'ten büyük olması ile kanıtlanmıştır. Buna göre H₄, H₅, H₆ Hipotezleri reddedilmiştir.

3.6.4 Finansal Tutum ve Davranışa Yönelik Sonuçlar

Öğrencilere finansal tutum ve davranışları ile ilgili olarak aşağıdaki sorular sorulmuştur.

a) Harçlığınızı ne sıklıkla alıyorsunuz?

Soruya 230 kişi cevap vermiş bunların %55'i günlük harçlık aldığını %28,1'ise haftalık aldığını belirtmiştir. Hiç harçlık almadığını belirten öğrenci sayısı 15 kişidir.

b) Harçlığınızı ne şekilde değerlendiriyorsunuz?

Soruya 229 kişi cevap vermiştir. Bu kişilerin %52,4'ü "Harcamalarımı yapar kalanı tasarruf ederim" cevabını vermiştir. %32'si ise "Birazını tasarrufa ayırır gerisini harcarım" cevabını vermiştir. Bu durum öğrencilerin %84,4'ünün harçlığını tasarruf eğiliminde olduğunu göstermektedir.

c) Bir sonraki harçlığınızı almadan önce kalan harçlığınız varsa bunu nasıl değerlendirirsiniz?

Soruya 227 kişi cevap vermiştir. Bunların %58,4'u "nakit olarak tutarım", %17,7 ise "Bankadaki hesabıma yatırırım" cevabını vermiştir. Bu durum henüz yatırım kültürünün gelişmediğini göstermektedir.

d) Herhangi bir ürün alırken nelere dikkat edersiniz?

Soruya 225 kişi cevap vermiştir. Öğrencilerin %41,1'i "ihtiyacımı karşılayıp karşılamadığına", %40,7'si ise "Fiyatına" cevabını vermiştir. Bu durum kişilerin bilinçli alışveriş yapmaya çalıştığını bütçesine göre hareket ettiğini göstermektedir.

e) Bir markette fiyatlarına bakarak herhangi bir markada veya ambalaj büyüklüğünde fiyat karşılaştırmasını kolaylıkla yapabilir misiniz?

226 kişinin cevap verdiği bu soruda %83,1 oranında "Evet yapabilirim" cevabı çıkmıştır. Bu durum öğrencilerin büyük bir kısmının alışveriş sırasında ebat ve fiyat karşılaştırmasını yaptığını göstermektedir.

f) Alışveriş yaptıktan sonra ödediğiniz tutarı gösteren fiş veya faturayı saklıyor musunuz?

Soruya 228 kişi cevap vermiş %52,8'i "Nadiren büyük alışverişimi saklıyorum, %22,5'si ise "Evet her zaman saklarım", %23,4'ü ise "hayır saklamıyorum" cevabını vermiştir. Bu durum fiş ve fatura saklama tutumunun fazla gelişmediğini göstermektedir.

3.6.5 Finansal Okuryazarlık Düzeyi ile Cinsiyet, Sınıf, Alanlar Arasındaki İlişki

Öğrencilerin finansal bilgin düzeylerini ölçmek amacıyla 10 tane soru sorulmuş ve her soru 100 puan üzerinden değerlendirilmiştir. Finansal okuryazarlık seviyesi ve ile diğer değişkenlere göre anlamlılık testleri tablo-6 üzerinde gösterilmektedir.

Tablo 3.12.: Finansal Okuryazarlık Düzeyi ve Anlamlılık Testleri

Değişkenler	Alt Gruplar	Finansal Okuryazarlık Düzeyi (100 Puan Üzerinden) $\bar{x}$	Yapılan Test	P
Genel ortalamalar		63,22		
Cinsiyet	Erkek	64,35	T-Testi	0,110
	Kadın	60,81		
Sınıf	9	62,32	Anova	0,864
	10	62,90		
	11	64,53		
	12	62,89		
Alan	Muhasebe Finansman	67,95	Anova	0,001
	Bilişim Teknolojileri	65,81		
	Konaklama ve Seyahat Hizmetleri	64,03		
	Pazarlama ve Perakende	64,95		
	Büro Hizmetleri ve Sekreterlik	55,51		
	Ulaştırma Hizmetleri	59,66		

Tablo 3.12’de öğrencilerin finansal okuryazarlık düzeyleri ile cinsiyet, sınıf ve alan bazında karşılaştırılmaları gösterilmektedir. Genel Finansal okuryazarlık seviyesi 100 puan üzerinden 63,22 olarak ölçülmüştür. Cinsiyet bazında erkeklerin 64,35, kız öğrencilerin ise 60,81 puan ortalamasına sahip olduğu ve erkeklerin kızlara göre daha yüksek bir finansal okuryazarlık seviyesine sahip olduğu sonucu çıkmıştır. Bu durum daha önce yapılan benzer finansal okuryazarlık araştırmalarıyla paralellik göstermektedir. Finansal Okuryazarlık düzeyi ile cinsiyet arasında anlamlı bir farklılık var mı diye yapılan T-Testinde P değeri 0,05 anlamlılık değerinden büyük çıkmıştır. Bu durumda “Hipotez₇: Öğrencilerin Finansal Okuryazarlık Düzeyi ile cinsiyet arasında anlamlı bir farklılık vardır.” hipotezi reddedilmiştir.

Sınıf bazında bakıldığında ortalamaların birbirine yakın olduğu ve yapılan Anova testinde de çıkan P değeri 0,05 anlamlılık düzeyinden büyük olduğu için

finansal okuryazarlık düzeyi ile sınıf seviyesi arasında anlamlı bir farklılık yoktur. Bu durumda “Hipotez₈: Öğrencilerin Finansal Okuryazarlık Düzeyi ile okudukları sınıf seviyesi arasında anlamlı bir farklılık vardır. Hipotezi reddedilmiştir.

Alanlar bazında bakıldığında Finansal okuryazarlık seviyesinin en yüksek olduğu alan 67,95 puan ile Muhasebe Finansman Alanı olmuştur. En düşük alan ise 55,51 puan ile Büro Hizmetleri ve Sekreterlik alanı olmuştur. En yüksek düzeyin Muhasebe Finansman alanında görülmesi gördükleri derslerin finansal kavramları içermesi ile ilişkili olduğu söylenebilir. Finansal okuryazarlık düzeyi ile alanlar arasında anlamlı bir farklılığın tespiti için yapılan ANOVA testinde $P=0,001$ olarak ölçülmüştür. Bu durumda $P<0,05$ olduğu için Finansal okuryazarlık düzeyi ile alanlar arasında anlamlı bir farklılığın olduğu sonucuna varılmıştır. Bu anlamlı farklılığın hangi alandan kaynaklandığını tespit etmek amacıyla Post Hoc analizi yapılmış Tukey testi uygulanmıştır. Test sonuçları tablo 3.13’te gösterilmiştir.

Tablo 3.13.: Tukey Testi: Alanların Finansal Okuryazarlık Düzeyi İlişkisi

	Alan(I)	Alan (J)	Ortalama Farkları	Standart Hata	P
Finansal Okuryazarlık Düzeyi	MF	BT	2,15	2,89	0,976
	MF	KSH	3,93	4,31	0,943
	MF	PP	3,00	3,52	0,957
	MF	BHS	12,45	3,03	0,001
	MF	UH	8,29	3,41	0,150
	BT	MF	-2,15	2,89	0,976
	BT	KSH	1,78	4,31	0,998
	BT	PP	0,86	3,52	1,000
	BT	BHS	10,30	3,03	0,010
	BT	UH	6,14	3,41	0,467
	KSH	MF	-3,93	4,31	0,943
	KSH	BT	-1,78	4,31	0,998
Finansal Okuryazarlık Düzeyi	KSH	PP	-0,92	4,76	1,000
	KSH	BHS	8,52	4,41	0,384
	KSH	UH	4,36	4,67	0,938
	PP	MF	-3,00	3,52	0,957
	PP	BT	-0,86	3,52	1,000
	PP	KSH	0,92	4,76	1,000
	PP	BHS	9,44	3,64	0,103
	PP	UH	5,28	3,96	0,765
	BHS	MF	-12,45	3,03	0,001
	BHS	BT	-10,30	3,03	0,010
	BHS	KSH	-8,52	4,41	0,384

BHS	PP	-9,44	3,64	0,103
BHS	UH	-4,16	3,53	0,846
UH	MF	-8,29	3,41	0,150
UH	MF	-6,14	3,41	0,467
UH	KSH	-4,36	4,67	0,938
UH	PP	-5,28	3,96	0,765
UH	BHS	4,16	3,53	0,846

MF= Muhasebe Finansman

KSH= Konaklama Seyahat Hizmetleri

BHS= Büro Hizmetleri ve Sekreterlik

BT= Bilişim Teknolojileri

PP= Pazarlama ve Perakende

UH= Ulaştırma Hizmetleri

Post Hoc Tukey testinde çıkan sonuçlara bakıldığında Muhasebe Finansman alanı ile Büro Hizmetleri ve Sekreterlik alanı, Bilişim Teknolojileri alanı ile Büro Hizmetleri ve Sekreterlik alanı arasında anlamlı bir farklılık olduğu ANOVA testine göre kanıtlanmış oldu. Bu durumda “Hipotez₉: Öğrencilerin Finansal Okuryazarlık Düzeyi ile okudukları alanlar arasında anlamlı bir farklılık vardır.” Hipotezi kabul edilmiştir.

3.6.6 Finansal Kavramlar Bilgisi ile Cinsiyet, Sınıf, Alanlar arasındaki ilişki

Finansal kavram bilgisini ölçmek amacıyla öğrencilere 22 finansal kavram sorulmuştur. Bu kavramlara bakıldığında günlük hayatta en çok karşılaşılan ve kullanılan kavramlardan oluşmaktadır. Verdikleri cevaplar ve frekansları tablo 3.14’te verilmiştir.

Tablo 3.14.: Finansal Kavram Bilgi Düzeyi

Finansal Kavram	f	Hiç Duymadım		Sadece Duydum		Bilgim Var	
		f	%	f	%	f	%
Faiz	229	4	1,7	48	21	177	77,3
Kredi kartı	229	4	1,7	17	7,4	208	90,8
Sigorta	229	8	3,5	38	16,6	183	79,9
Mevduat	226	59	26,1	108	47,8	59	26,1
Hisse senedi	226	22	9,7	98	43,4	106	46,9
Bireysel emeklilik	228	17	7,5	94	41,2	117	51,3
Yatırım fonu	227	65	28,6	100	44,1	62	27,3
Döviz kuru	226	29	12,8	107	47,3	107	47,3
Borsa	228	13	5,7	89	39,0	126	55,3
Tasarruf	227	5	2,2	26	11,5	196	86,3
Merkez Bankası	228	17	7,5	61	26,8	150	65,8
Enflasyon	227	25	11,0	84	37,0	118	52,0

Katılım bankası	227	41	18,1	111	48,9	75	33,0
EFT	228	50	21,9	93	40,8	85	37,3
ÖTV	228	46	20,2	86	37,7	96	42,1
TÜFE	231	107	47,1	81	35,7	39	17,2
Cari açık	229	108	47,2	77	33,6	44	19,2
Resesyon	229	125	54,6	76	33,2	28	12,2
Bono	229	118	51,5	75	32,8	36	15,7
İthalat	228	31	13,6	54	23,7	143	62,7
Stopaj	229	86	37,6	84	36,7	59	25,8
İhracat	229	17	7,4	44	19,2	168	73,4

Tablo 3.14'teki frekans ve yüzdelik değerlere bakıldığında öğrencilerin en çok bilgisi olduğu ilk 3 finansal kavramın kredi kartı (%90,8), Tasarruf (%86,3), Sigorta (%79,9) olduğu görülmüştür. Sadece duydukları ilk 3 finansal kavramın Katılım bankası (%48,9), Mevduat (%47,8), Döviz kuru (%47,3) olduğu görülmüştür. Hiç duymadıkları ilk 3 finansal kavramın Resesyon (%54,6), Bono (%51,5), Cari açık (%47,2) olduğu görülmüştür. Günümüz ekonomik şartlarında sürekli güncelliğini koruyan TÜFE, Döviz kuru, Cari açık, Enflasyon gibi kavramların öğrenciler tarafından sadece duyulmuş olması veya bilinmemesi dikkat çeken bir husus olarak karşımıza çıkmıştır.

22 finansal kavram hakkında “Bilgim Var” diye kişilerin toplamı alınmış ve tablo 3.15 oluşturulmuştur. Buradaki amaç bu finansal kavramları biliyorum diyenlerin düzeyini tespit etmektedir. “Sadece Duydum” diyen kişilerin finansal kavramın anlamını bilmediği için hesaplama dahil edilmemiştir.

Tablo 3.15.: Finansal Kavram Bilgi Düzeyi ve Anlamlılık Testleri

Değişkenler	Alt Gruplar	Finansal Kavramlar Bilgi Düzeyi (22 Puan Üzerinden) $\bar{x}$	Yapıl an Test	P
Genel ortalamalar N=229		10,40		
Cinsiyet	Erkek	11,22	T- Testi	0,001
	Kadın	8,62		
Sınıf	9	10,12	Anov a	0,852
	10	10,62		
	11	10,75		
	12	9,91		
Alan	Muhasebe Finansman	9,51	Anov a	0,081
	Bilişim Teknolojileri	11,61		
	Konaklama ve Seyahat Hizmetleri	11,38		
	Pazarlama ve Perakende	11,40		
	Büro Hizmetleri ve Sekreterlik	8,73		
	Ulaştırma Hizmetleri	10,87		

Finansal kavramlar bilgi düzeyi ile sınıf, alan ve cinsiyetler arasındaki ilişkileri gösteren tablo 3.15'e bakıldığında 229 kişinin genel ortalaması 10,40 olarak bulunmuştur. Bu durum öğrencilerin sorulan kavramların yarısına yakını hakkında bilgisi olduğunu göstermektedir.

Finansal kavram bilgi düzeyi cinsiyetler arasında yapılan T-Testinde $P=0,001$ olarak ölçülmüştür. $P<0,05$ şartını sağlayan bu durum Erkek öğrenciler ile Kız öğrencilerin finansal kavram bilgi düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık olduğunu göstermektedir. Aralarındaki farklılığa bakıldığında Erkeklerin 11,22 Kızların ise 8,62 toplam puan aldıkları görülmektedir. Buna göre "Hipotez₁₀: Öğrencilerin Finansal Kavram Bilgi Düzeyleri ile cinsiyet arasında anlamlı bir farklılık vardır." Hipotezi kabul edilmiştir.

Sınıflar bazında bakıldığında öğrenciler arasında bariz bir farklılaşmanın olmadığı görülmektedir. Yapılan ANOVA testinde P değeri 0,852 çıkmıştır. Bu durumda finansal kavramlar bilgi düzeyi ile sınıflar arasında anlamlı bir farklılık yoktur. "Hipotez₁₁: Öğrencilerin Finansal Kavram Bilgi Düzeyleri ile okudukları sınıf seviyesi arasında anlamlı bir farklılık vardır." Hipotezi reddedilmiştir.

Alanlar bazından bakıldığında sınıflara göre farklılaşmanın daha belirgin olduğu görülmektedir. Büro hizmetleri ve sekreterlik alanı 8,73 toplam puanla en düşük finansal kavram bilgi düzeyine sahip olduğu görülmektedir. Finansal kavramların en çok geçtiği muhasebe finansman alanının ortalama altında bir puan almış olması dikkat çekmektedir. Aldıkları derslerin finansal kavramlar düzeyini etkilediği sonucuna varılamamaktadır.

4. SONUÇ VE TARTIŞMA

Kişilerin kazandıkları parayı, aldıkları harçlıklarını yönetebilme becerisi ve davranışları günden güne daha önemli bir olgu haline gelmektedir. Günümüz ekonomik şartlarında insanların zor şartlarda para kazanması, bunun doğru ve bilinçli bir şekilde harcanmasını veya tasarruf edilmesini zorunlu kılmaktadır. Bu tür becerilerin kazanılması ne kadar erken olursa kişilerin hayatındaki etkileri de o şekilde hızlı görülmektedir. Bu becerilerin kazanması finansal okuryazarlık becerilerinin kazanması ile mümkün olabilmektedir.

Meslek liselerinin ticaret ve hizmet hayatına yönelik eğitim veriyor olması beraberinde finansal okuryazarlık ve para yönetim becerilerinin de gelişmesine katkı sunmaları beklenmektedir. Alanların farklı olması, görülen derslerin içerikleri, cinsiyetler finansal okuryazarlık, para yönetim becerileri üzerinde etkisinin olup olmadığı araştırılmıştır. Araştırma çerçevesinde cinsiyetleri, sınıfları, alanları farklı 231 öğrenciden veri alınmıştır. Araştırma sonuçlarına bakıldığında katılımcıların %68'i erkek, %32'si ise kız öğrencilerden oluşmaktadır.

Para yönetim öz yeterlilikleri ölçülen öğrencilerin başarı düzeyleri %0-%100 arasında ölçeklendirilmiştir. Para yönetim öz yeterlilikleri genel düzeyi %70,2 olarak ölçülmüştür. Cinsiyet, sınıf, alan bazında yapılan T-Testi ve ANOVA testinde gruplar arasında anlamlı bir farklılığın olmadığı ve birbirine yakın sonuçların çıktığı gözlemlenmiştir.

Para yönetim davranışlarına yönelik yapılan değerlendirme öğrenciler 4 puan üzerinden değerlendirilmiş ve genel ortalama 2,72 düzeyinde ölçülmüştür. Cinsiyet, sınıf, alanlar bazında yapılan T-Testi ve ANOVA testinde gruplar arasında anlamlı bir farklılığın olmadığı ve birbirine yakın sonuçların çıktığı gözlemlenmiştir.

Finansal tutum ve davranışlar ile ilgili yapılan ölçümlerde öğrencilerin harçlıklarını genellikle günlük olarak aldıkları, harçlıklarını idareli kullanmaya çalıştıkları, alışveriş yaparken fiyat ve ihtiyaç analizlerini yaptıklarını, tasarruf eğiliminde oldukları gözlemlenmiştir.

Finansal okuryazarlık düzeyi ölçümü yapılmış ve 100 puan üzerinden değerlendirilmiştir. Öğrencilerin genel finansal okuryazarlık düzeyi 63,22 olarak ölçülmüştür. Finansal okuryazarlık seviyesi cinsiyet bazında en yüksek erkeklerde (64,35), sınıf bazında en yüksek 11.sınıflarda (64,53), alan bazında ise en yüksek muhasebe finansman alanında (67,95) ölçülmüştür. Alanlar bazında aldıkları derslerin içerikleri bu farkın oluşmasında etkili olduğu düşünülmektedir. Alanlar bazında yapılan ANOVA testinde finansal okuryazarlık düzeyi ile alanlar arasında anlamlı bir farklılığın olduğu görülmüştür. Bu farklılığın yapılan Post Hoc Tukey testinde Muhasebe Finansman alanı ile Büro Yönetimi ve Sekreterlik alanı arasında, Bilişim Teknolojileri ile Büro Yönetimi ve Sekreterlik alanı arasında kaynaklandığı saptanmıştır.

Finansal kavram bilgi düzeylerinde yapılan ölçümlerde öğrencilerin günlük hayatta en çok karşılaşılan TÜFE, Döviz kuru, Cari açık, Enflasyon gibi kavramların öğrenciler tarafından sadece duyulmuş olması veya bilinmemesi dikkat çeken bir husus olarak karşımıza çıkmaktadır. Finansal kavram bilgi düzeyleri 22 kavram ve 22 puan üzerinden ölçülmüş ve genel bilgi düzeyinin 10.40 olduğu görülmüştür. Cinsiyet ile finansal kavram bilgi düzeyi arasında yapılan T-Testinde anlamlı bir farklılık olduğu ve erkeklerin finansal kavram bilgisinin (11,22) kızların finansal bilgisinden (8,62) daha yüksek olduğu görülmektedir.

Finansal okuryazarlık becerileri erken yaşta kazandırılması gereken beceriler arasında önemli bir yere sahiptir. Çocuk yaşta para harcama, para yönetme ve tasarruf yapma becerilerinin kazandırılması kişisel faydanın yanında ülke ekonomisi adına da olumlu sonuçlar doğuracaktır. Bu amaçla sadece liselerde değil ilköğretim, ortaokullarda ve en önemli aile ortamında bu tür becerilerin

kazandırılması hayati önem sahiptir. Bilinçli vatandaş yetiştirmenin yapı taşlarından birini de finansal okuryazarlık bilgisidir. Her okul seviyesinde temel finans kavramlarının, temel ekonomik kavramların öğretilmesi bu süreçte olumlu katkı sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

1. Alkaya Aylin ve Yağlı İbrahim (2015). “Finansal Okuryazarlık- Finansal Bilgi, Davranış ve Tutum: Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi İİBF Öğrencileri Üzerine Bir Uygulama”. Journal of International Social Research. 8(40) 585-599.
2. Ergün, Bahadır ve diğerleri (2014), “Finansal Okuryazarlık: İşletme Bölümü Öğrencileri
3. Üzerine Bir Çalışma” , Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 7(34), 847-864.
4. Finansal Okuryazarlık ve Erişim Derneği (FODER) <https://www.foder.org/bilgi-merkezi/faaliyet-raporlari/> 2021
5. Gutnu, M. M., & Cihangir, M. (2015). Finansal Okuryazarlık: Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi Personeli Üzerinde Bir Araştırma, The Journal of Academic Social Science, 3 (10) s. 415-424
6. Güvenç, Hülya (2017) “Öğretim Programlarımızda Finansal Okuryazarlık” Elementary Education Online, 2017; 16(3): 935-948
7. Kılıç Y., Ata H. A. ve Seyrek, İ. H. (2015). “Finansal Okuryazarlık: Üniversite Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma”. Journal of Accounting & Finance.
8. Lusardi, Annamaria ve diğerleri (2010), “Financial Literacy Among The Young”, Journal of Consumer Affairs, 44(2), 358-380.
9. Millî Eğitim Bakanlığı, Meslek Eğitim Bilişim Ağı, Çerçeve Öğretim Programları
10. <http://meslek.eba.gov.tr/?p=Ogretim-Programi&tur=mtal>
11. Öztürk, E., Demir, Y. "Finansal Okuryazarlık ve Para Yönetimi: Süleyman Demirel Üniversitesi Akademik Personel Üzerine Bir Uygulama". Muhasebe ve Finansman Dergisi (2015): 113-134
12. Sarıgül, A. (2015) ‘’ Finansal Okuryazarlık Tutum ve Davranış Ölçeği: Geliştirme, Geçerlilik ve Güvenilirlik’’, Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi, 13(1), 200-218.
13. Temizel, F., ve Bayram, F. (2011). “Finansal Okuryazarlık: Anadolu Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma” Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 12(1), 73-86.
14. Tosun, A. E. (2016) “Lise Öğrencilerinin Finansal Okuryazarlık Düzeyi Üzerine Bir Alan Araştırması” Karadeniz Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi Trabzon

15. Türkiye Ekonomi Bankası (TEB), “Finansal Okuryazarlık ve Erişim Endeksi”. https://www.teb.com.tr/UPLOAD/PDF/2021/TEB-FOE-ve-Dijital-Olgunluk-Rapor-2020_Kamu.pdf
16. Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası “Herkes İçin Ekonomi” Projesi” <https://herkesicin.tcmb.gov.tr/>
17. Yücel, K. O. (2020), “Kırıkkale’deki Lise Öğrencilerinin Finansal Okuryazarlık Düzeyi’nin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma” İşletme Akademisi Dergisi 2020, 1 (4): 344-363
18. Xu, L. Ve Zia, B. (2012). Financial Literacy Around The World: An Over View of The Evidence with Practical Suggestions for The Way Forward, Policy Research Working Paper, 1(6107), June, 1-15.

81. Bölüm

Bir Anlatım Biçimi Olarak Beyân İlminde Mübalâğa Sanatı

Zafer AKYÜZ¹

¹ Dr., Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi, İlahiyat Fakültesi, Temel İslam Bilimleri Bölümü, Arap Dili ve Belâgati Anabilim Dalı Öğretim Üyesi, zafer.akyuz@erzincan.edu.tr, orcid.org/0000-0002-7336-1996.

Öz

Belâgat ilminin birçok edebi tarz ve sanatı uhdesinde barındırması, iletilmek istenen mesajı herhangi bir yanlış anlaşılmaya meydan vermeden, muhatabı etkileyecek şekilde doğru, yerinde ve zamanında muktezâyı hale göre aktarmayı amaçlamaktadır. Bu sanatlardan biri de belâgat ilminin bir bölümü olan beyân ilmindeki mübalağa sanatıdır. Bir sözün etkisini güçlendirmek amacıyla bir şeyi ya olamayacağı bir biçimde anlatmak ya da olduğundan çok veya az göstermek diye kısaca ifade edilebilen mübalağa sanatı, muhatabı etkilemek, yanıltmak veya ikna etmek, anlatımı çarpıcı hale getirmek, birini övme veya yerme, manayı daha anlaşılır hale getirme veya az lafızla çok şey anlatma gibi kullanım amaçları nedeniyle edebi metinlerin yanı sıra tiyatro, sinema, resim gibi sanat dallarında da kendisine müracaat edilen bir anlatım tarzıdır. Bu yönüyle mübalağa sanatı insanlık tarihi kadar eskidir denilebilir. Mübalağa sanatının meânî, beyân ve bedî' ile ilgili yönleri bulunmakla birlikte bu araştırma, beyân ilmindeki yer alışı biçimiyle sınırlandırılmıştır. Bu bağlamda abartılı bir anlatım biçimi olan mübalağanın teşbih, istiare ve kinaye ile olan ilişkisine temas edilecektir. Bu araştırmada anlatım, araştırma, analiz ve sentez yöntemleri kullanılarak konu irdelenmeye çalışılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Arap Dili ve Belâgati, Beyân İlmi, Abartı, Anlatım Biçimi, Mübalağa Sanatı

Exaggeration as an Art of Expression in the Science of Beyân

Abstract

The field of rhetoric encompasses various literary styles and techniques, aiming to effectively convey messages without allowing room for misunderstandings. One of these techniques is the art of exaggeration, known as "mübalağa" in the study of rhetoric. Exaggeration involves presenting something in an unrealistic manner to enhance the impact of a statement or to make it more striking. It serves purposes such as influencing, misleading, convincing, praising, criticizing, clarifying meaning, or conveying a lot with few words. Exaggeration is employed not only in literary texts but also in art forms like theater, cinema, and painting, making it a versatile narrative style with a history dating back to ancient times. This study focuses on the role of exaggeration within the context of the science of beyân (beyân ilmi), specifically its relationship with simile (teşbih), metaphor (istiare), and innuendo (kinaye). The research employs methods of analysis, synthesis and investigation to explore this subject

Keywords: Arabic Language and Rhetoric, Science of beyân, Exaggeration, Narrative Style, Art of Exaggeratio

Giriş

İnsan, doğuştan sosyal ve medenî bir varlık olması hasebiyle duygu ve düşüncesi olan bir varlıktır. O, bu duygu ve düşüncelerini karşısındakine aktarmak, kendini ifade etmek ve muhatabını da anlamak için söz sanatları geliştirmiştir. Bu söz sanatları konuşmanın akıcılığını, edebî yönünü ve iletişimdeki etkisiyle muktezâyı hâle göre şekillenmiştir. Bu nedenle söz sanatları insanlık tarihi kadar kadimdir. Bu söz sanatlarından biri de mübalağadır.

Mübalağa, söz ve edebi sanatlardaki hiciv, methiye, mizah, tasvir gibi temalarda çok önemli bir konumdadır. Belagat ilmindeki vazgeçilmez konumu hasebiyle mübalağa sanatına dair ilk emarelere Kur'ân-ı Kerim'in indirildiği ve belagatin zirvede olduğu cahiliye dönemindeki şiir ve edebi metinlerde rastlamak mümkündür. Meselâ, Ukâz panayırında yapılan şiir yarışmasında hakemlik yapan meşhur muallaka şairlerinden Nâbiğa ez-Zübyânî'nin (öl. 604) Hassân b. Sâbit el-Ensârî'nin (öl. 60/680) şiirindeki mübalağa ifadelerini eleştirmesi ve yetersiz bulması, mübalağa sanatının edebi sanatlar içerisindeki konumu açısından önem arz etmektedir.¹

Mübalağa sanatının şiir ve nesirdeki etkisini cahiliye döneminin yanı sıra diğer dönemlerde de görmek mümkündür. Mesela, Emeviler dönemindeki siyasi rekabet, toplumda yaşanan çalkantılar, halife ve devlet adamlarından ödül ve bahşış alma, kabilecilik ruhu ve asabiyet duygusunun kabarması gibi sebeplerin şiire yansımaları, şiirlerinde medih veya zem amacıyla abartılı kullanımlara yer veren şairlerin yetişmesine zemin hazırlamıştır. Hem medih (methiye) hem de zem (hiciv) türünde şiirler yazan ve nekâiz şairleri diye meşhur olan Ahtel (öl. 92/711), Ferezdak (öl. 114/732), Cerir b. Atiyye (öl. 110/728) bu dönemde yaşamışlardır.²

Anlatımı çarpıcı hale getirmek, muhatapı etkilemek, yanıltmak veya ikna etmek gibi sebeplerle insanoğlunun başvurduğu en yaygın sanatlardan biri de mübalağadır.³ Mübalağa yalnızca edebi metinlerde değil, resim, tiyatro, sinema gibi sanat dallarında da kendisine başvuru bir anlatım tarzıdır. Şiir veya edebi metnin etkileyiciliği yazarın veya şairin mübalağa yeteneği ile doğrudan orantılıdır. Bir konuyu olduğu gibi anlatan eserler etkileyici değildir. Sade bir üslupla yazılan birçok ilmi metin, yazarlarının hakikate olan bağlılıkları nedeniyle sanat eseri olarak kabul edilmezler. Hakikat ancak sıra dışı olursa etkili olur. Bir şeyin hakikatini veya olağanı sıra dışı yapmanın yöntemi de mübalağa sanatıdır.⁴

¹ Kudâme b. Ca'fer, *Nakdu's-şi'r*, thk. Muhammed 'Abdu'l-mün'im el-Hafâcî, (Beyrut: Dâru'l-Kütübi'l-İlmiyye, ts.), 92-94; Abdulkâdir b. 'Omer el-Bağdâdî, *Hizânetü'l-edebe ve lübbü lübâb-i lisân'l-'arab*, 'Abdusselâm Muhammed Hârûn, (Kahire: Mektebetü'l-Hânecî, 1418/1998), 8/106-115.

² Ahmet Hasan ez-Zeyyât, *Târîhu'l-edebi'l-'arabî*, (Beyrut: Dâru'l-Ma'rife, 1413/1993), 81-96; Ömer Ferrûh, *Târîhu'l-edebi'l-'arabî*, (Beyrut: Dâru'l-İlmi'l-Melâyîn, 1981), 1/360-369.

³ Menderes Coşkun, *Sözün Biyüsü Edebi Sanatlar*, (İstanbul: Dergâh Yayınları, 2014), 161.

⁴ Menderes Coşkun, *Sözün Biyüsü Edebi Sanatlar*, 161.

İster şair ister yazar olsun sanatkârın ruhi his ve heyecanları, olayları tabii boyutları dışında takdim etmesine sebep olur. Mübalağanın temelinde bir takım insani duygular, heyecan ve muhayyile vardır. Sanatkârı heyecana getiren bir şuur olmadan afaki veya enfüsi âlemde hiçbir şey veya hadise hakiki boyutundan bir parça büyütülüp küçültülemez. Şuur ve muhayyile eşya ve hadisatın tabii haddini değiştirebilir. Sanatkâr, mübalağayı doğuran heyecanına sebep olan şeyi iki şekilde ortaya koyar. Heyecanına sebep olan şeyi ya doğrudan doğruya büyültür, küçültür veya ona uygun bir çağrışım ile teşbihte bulunarak mübalağa yapar.⁵

Mübalağa, meânî, beyân ve bedî' ile ilgili bir edebi sanat olması nedeniyle bu araştırmadaki gaye, beyân ilminde abartılı bir anlatım biçimi olan mübalağanın teşbih, istiare ve kinaye ile olan ilişkisine temas etmektir. Mevzunun uzun olması ve tamamına burada yer verilmesinin mümkün olmaması hasebiyle konu yukarıda zikredilen içerikle sınırlandırılmıştır. Ayrıca bu araştırmada anlatım, araştırma, analiz ve sentez yöntemleri kullanılarak konu irdelenmeye gayret edilmiştir.

1. Mübalağa Kelimesinin Sözlük ve Terim Anlamı

Mübalağa kelimesi ulaşmak, son noktasına varmak anlamına gelen بَلَغَ fiilinin mufâ'ale babına nakledilmesiyle elde edilen بَالَعَهُ fiilinin مُبَالَغَةً şeklindeki mastarı olup sözlükte bir işe bütün gücünü ve çabasını harcamak, ileri gitmek ve büyütmek vb. anlamlara gelir.⁶

Terim olarak ise mübalağa, bir vasıf, fiil veya durumu- zaaf ve şiddette nihayet bulmadığı zannedilmesin diye- zaaf veya şiddet bakımından gerçekleşmesi imkânsız ya da uzak ihtimal derecesine eriştiğinin iddia edilmesidir.⁷ Başka bir ifadeyle mübalağa, bir sözün etkisini güçlendirmek amacıyla bir şeyi ya olamayacağı bir biçimde anlatmak ya da olduğundan pek çok ve pek az göstermektir.⁸

⁵ Ali Nihat Tarlan, *Edebiyat Meseleleri*, (Ankara: Akçağ Yayınları, 2021), 187-188; Numan Külekçi, *Açıklamalar ve Örneklerle Edebi Sanatlar*, (Ankara: Akçağ yayınları, 2022), 148.

⁶ İbn Manzûr, *Lisânu'l-'arab*, thk. 'Abdullâh 'Aliyyu'l-Kebîr-Muhammed Ahmed Hasbullâh-Hâşim Muhammed eş-Şâzeli, (Kahire: Dâru'l-Me'ârif, t.y.), 1/345-347; el-Fîrûzâbâdi, *el-Kâmûsü'l-muhîd*, thk. Mektebetu Tahkiki't-Turâs fî Mu'esseseti'r-Risâle, (Beyrut: Mu'essesetu'r-Risâle, 2005), 780; ez-Zebîdî, *Tâcu'l-'arûs*, thk. 'Abdussettâr Ahmed Ferrâc ve dğr., (Kuveyt: Matba'atu Hukûmeti'l-Kuveyt, 1965), 22/444-452; Ebû Hilâl Hasan b. Abdillâh b. Sehl el-'Askarî, *Kitâbü's-sînâ'ateyn*, thk. Ali Muhammed el-Bicâvî-Muhammed Ebu'l-Fadl İbrahim, (Kahire: Dâru İhyâi'l-Kütübi'l-'Arabîyye, 1371/1952), 365; Abdurrahman Hasan Habenke el-Meydânî, *el-Belâgatü'l-'arabîyye üsûsühâ ve 'ulûmühâ ve fînûnühâ*, (Beyrut: Dâru'l-Kalem, 1416/1996), 2/450.

⁷ Hatîb el-Kazvîni, *el-İzâh fî 'ulûmi'l-belâğa*, (Beyrut: Dâru'l-Kütübi'l-'İlmiyye, ts.), 376; Sa'duddîn Mes'ûd b. Ömer et-Teftâzânî, *el-Mutavvel şerhu telhisi'l-miftâhi'l-ulûm*, thk. Abdülhamid Hindâvî, (Beyrut: Dâru'l-Kütübi'l-'ilmiyye, 1971), 665; Bedrûddin b. Mâlik, *el-Misbâh fî'l-me'ânî ve'l-beyân ve'l-bedî'*, thk. Abdulcelil Yûsuf, (Mektebetü'l-Âdâb, ts.), 223; Seyyid Ahmed el-Hâsimî, *Cevâhiru'l-belâğa*, (Beyrut: el-Mektebetü'l-'Asriyye, ts.), 312; Ahmed Mustafa el-Merâgî, *'Ulûmü'l-belâğa*, (Beyrut: Dâru'l-Kütübi'l-'İlmiyye, 1414/1993), 336; Bedevî Tabâne, *Mu'cemu'l-belâğati'l-'arabîyye*, (Riyad: Dâru'r-Rifâî, 1408/1988), 90.

⁸ Cem Dilçin, *Örneklerle Türk Şiir Bilgisi*, (Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları, 2019), 447.

Mübalağanın tanımını ilk defa nahiv âlimleri yapmıştır. Sibeveyhi (öl. 180/796) hocası Halil b. Ahmed el-Ferâhidî'ye (öl. 175/791) *إِخْتَوَشَنَ* ile *خَشَنَ* kelimeleri arasındaki farkı sormuş, o da Arapların mübalağa ve tekit amacıyla yeryüzünün çok yeşerdiğini anlatmak için *عُشِبَ الْأَرْضُ* ifadesi yerine *إِغْتَوَشَبَ الْأَرْضُ* ifadesini kullandıklarını söylemiştir.⁹ Sibeveyhi (öl. 180/796) de Arapların bir şeydeki çokluğu ve abartıyı ifade etmek için ismi failin yerine mübalağa kalıbını kullandıklarını açıklamıştır.¹⁰

Bir şeyde çokluğu ve abartıyı ifade için kullanılan mübalağa kelimesini ıstılahi manada kullanan ilk edip İbn Kuteybe'dir (öl. 276/889). O, mübalağayı anlatmak için farklı terimler kullanmış, ilk defa mübalağanın yalandan farkını ve sanat değerini açıklamıştır. İstiarede mübalağa konusunu izah ederken ayet ve şiirlerden getirdiği istişhadlarda yorumlar yapmıştır. Mesela, temsili istiarede yer alan mübalağayı açıklarken *فَمَا بَكَتْ عَلَيْهِمُ السَّمَاءُ وَالْأَرْضُ وَمَا كَانُوا مُنْتَظِرِينَ*: "Gök ve yer onların ardından ağlamadı; onlara mühlet de verilmedi."¹¹ ayetini izah bağlamında, Arapların, bir adamın başına gelen musibetin büyüklüğünü ve toplumdaki statüsünün yüceliğini dile getiren bir anlatım tarzı olarak *أُظْلِمَتِ الشَّمْسُ*: "Güneş onun için karardı, ışığı söndü." *كَسَفَ الْقَمَرَ لَفْقِهِ*: "Onun yokluğu sebebiyle tutuldu." *وَبَكَتْهُ*: "Yer, gök, şimşek ve rüzgar hep ona ağladı." gibi ayettekine benzer ifadeleri kullandıklarını ve Araplarda bu tür tasvirlerin yaygın olduğunu izah etmiştir.¹²

Mübalağanın tanımına İbn Kuteybe'nin (öl. 276/889) yanı sıra Ebü'l-Abbâs Ahmed b. Yahyâ Sa'leb (öl. 291/904) ve İbn Mu'tez (öl. 296/928) de yer vermişlerdir. Sa'leb (öl. 291/904) mübalağa için *الإِفْرَاطُ فِي الْإِعْرَاقِ* ifrât fi'l-iğrâk ifadesini kullanmış ve mübalağa türleri içerisinde sayılan iğrâk terimini icat etmiştir.¹³ Abdullah b. Mu'tez (öl. 296/928) ise *الصِّفَةُ فِي الْإِفْرَاطِ* ifrât fi's-sıfat tabiri ile mübalağayı söz ve şiiri güzelleştiren unsurlardan kabul etmiştir.¹⁴ Fakat her iki belâgat âlimi de net bir tarif yapmamışlardır.

Mübalağa ile ilgili ilk tarifi, şairin şiirinde zikrettiği bir durum veya nitelikte maksadını ifade edecek miktarla yetinmeyip meramını en üst seviyede anlatacak unsuru ilave etmesi¹⁵ şeklinde Kudâme b. Ca'fer (337/948) yapmıştır. O, mübalağayı manayı güzelleştiren bir tür olarak telakki etmiştir. Yine mübalağanın

⁹ Ebû Bişr 'omer b. Osman b. Kanber es-Sibeveyhi, *el-Kitâb kitâbu sibeveyhi*, thk. Abdusselâm Hârûn, (Kahire: Mektebetü'l-Hânecî, 1402/1982), 4/75.

¹⁰ es-Sibeveyhi, *el-Kitâb kitâbu sibeveyhi*, 1/110.

¹¹ ed-Duhân 44/29.

¹² İbn Kuteybe, Ebû Muhammed Abdullah b. Müslim, *Te'vilü müşkili'l-kur'ân*, şrh. Seyyid Ahmed Sakr, (Kahire, Dâru't-Turâs, 1393/1973), 167-180.

¹³ Ebû'l-Abbâs Ahmed b. Yahyâ Sa'leb, *Kavâidü's-şi'r*, thk. Ramazan Abdüttevâb, (Kahire: Mektebetü'l-Hânecî, 1995), 45-46.

¹⁴ Abdullah b. Mu'tez, *Kitâbu'l-bedî'*, (Beyrut: Dâru'l-Ceyl: 1410/1991), 22.

¹⁵ Kudâme b. Ca'fer, *Nakdu'n-nesr*, thk. Abdu'l-mün'im Hafâcî, (Beyrut, Dâru'l-Kütübü'l-'ilmiyye, ts.), 145.

en abartılı türü kabul ettiği iğrâk kavramına ilk defa değinmiş ve mübalağa, gülüv, iğrâk ve ifrât kelimelerini aynı veya yakın anlamda kullanmıştır.¹⁶

Kudâme b. Ca'fer'den (337/948) sonra gelen belâgat âlimleri mübalağanın faklı tanımlarını yapsalar da herkesin ortak kabul ettiği ve belâgat kitaplarında yer verilen mübalağa tebliğ, iğrâk ve gulüv olmak üzere üç kısma ayrılmaktadır.

Tebliğ: İddia olunan vasıf, mevzu için mümkün olduğu ve alelade şartlarda görüldüğü takdirde meydana gelir. Vastın hem aklen hem de âdeten mümkün olması şarttır.¹⁷ İmruu'l-Kays'ın (ö. 540) aşağıdaki şiiri bu duruma örnek verilebilir.

فَعَادَى عِدَاءَ بَيْنِ ثَوْرٍ وَنَعَجَةٍ دِرَاكًا فَلَمْ يُنْصَحْ بِمَاءٍ قَيْعَسَلٍ¹⁸

“O, yaban öküzüyle yaban ineğini birbiri ardına avlamıştır. Buna rağmen yıkacak kadar terlememiştir.”

İğrâk: İddia edilen vasıf, aklen mümkün olduğu halde, âdeten mümkün değilse bu çeşit mübalağaya iğrâk denir. Bu tür mübalağa da makbul sayılmıştır.¹⁹ Amr b. Eyhem'in (ö. 57/677)²⁰ aşağıdaki şu şiiri bu duruma örnek verilebilir.

وَنُكْرِمُ جَارَنَا مَا دَامَ فِينَا وَنُنْبِغُهُ الْكَرَامَةَ حَيْثُ مَا لَا²¹

“Aramızda olduğu müddetçe komşularımıza ikram ederiz. Hatta gittiği yere de ikramımızı göndeririz.”

Gülüv: İddia edilen vasıf, aklen ve âdeten mümkün olmazsa bu çeşit mübalağaya da gulüv denir. Bu üslup mübalağanın en abartılı çeşididir ve makbul değildir. Ancak gulüv türü mübalağadan güzel bir hayal içerenler, şaka niyetiyle söylenenler ve başına onu doğruya yaklaştıracak bir şey getirilenler makbul sayılmıştır.²² Mesela, *يَكَادُ رَيْثُهَا يُصِيءُ وَلَوْ لَمْ تَمْسَسْهُ نَارٌ* “Onun yağı kendisine bir ateş değmese bile ışık verir.”²³ ayetinde kandilin yanması aklen imkânsızken başına

¹⁶ Kudâme b. Ca'fer, *Nakdu'n-nesr*, 96, 99, 106, 145, 202, 203.

¹⁷ el-Kazvinî, *el-İzâh fi 'ulûmi'l-belâğa*, 376; et-Teftâzânî, *el-Mutavvel şerhu telhisi'l-miftâhi'l-ulûm*, 665; el-Meydânî, *el-Belâğatü'l-'arabiyye üsûsühâ ve 'ulûmühâ ve fînûnühâ*, 2/451.

¹⁸ Hasan es-Sendûbî, *Şerhu divâni imrii'l-kays*, (Kahire, Matba'atü'l-İstikâme, 1373/1953), 156.

¹⁹ el-Kazvinî, *el-İzâh fi 'ulûmi'l-belâğa*, 376; et-Teftâzânî, *el-Mutavvel şerhu telhisi'l-miftâhi'l-ulûm*, 666; el-Meydânî, *el-Belâğatü'l-'arabiyye üsûsühâ ve 'ulûmühâ ve fînûnühâ*, 2/453.

²⁰ Şairin ismi bazı kaynaklarda 'Amr b. el-Ethem şeklinde geçmektedir. Bilgi için İbn Kuteybe, Ebû Muhammed Abdullah b. Müslim, *eş-Şi'r ve ş-şu'arâ*, (Beyrut: Dâru lhyâi'l-'Ulûm, 1408/1986), 425-426; İbn Ebi'l-İsba' el-Misrî, *Tahrîru't-tahbîr*, thk. H. Muhammed Şeref, 147 (2. Dipnot).

²¹ Şairin müstakil divanı bulunmadığından şiirin geçtiği kitaplar kaynak olarak verilmiştir. el-Kazvinî, *el-İzâh fi 'ulûmi'l-belâğa*, 376; et-Teftâzânî, *el-Mutavvel şerhu telhisi'l-miftâhi'l-ulûm*, 666; el-Meydânî, *el-Belâğatü'l-'arabiyye üsûsühâ ve 'ulûmühâ ve fînûnühâ*, 2/453.

²² el-Kazvinî, *el-İzâh fi 'ulûmi'l-belâğa*, 377; et-Teftâzânî, *el-Mutavvel şerhu telhisi'l-miftâhi'l-ulûm*, 666-667; el-Meydânî, *el-Belâğatü'l-'arabiyye üsûsühâ ve 'ulûmühâ ve fînûnühâ*, 2/454-457.

²³ en-Nûr 24/35.

gelen يَكْدُ fiili onu doğruya yaklaştırmaktadır.

Mübalağa sanatı, kasr, îcâz, itnâb, mecaz, teşbih, istiare, kinaye, gibi birçok edebi sanatın temelini teşkil eder. Ayrıca şiirde medih, hiciv, tasvir vb. temalarda bu üslup vazgeçilmez bir unsurdur.²⁴ Bu konuda İbn Reşik el-Kayrevânî (öl. 456/1064) şunu ifade etmektedir: “Mübalağa tamamen yalan ve batıl olsaydı, o zaman teşbih, istiare ve sözü güzelleştiren edebi sanatlardan birçoğu batıl ve yalan olurdu.”²⁵

Daha önce temas edildiği üzere araştırma konusunun beyân ilminde abartılı bir anlatım biçimi olarak mübalağa şeklinde sınırlandırılması ve mübalağa sanatının teşbih, istiare ve kinaye ile olan ilişkisinin ele alınmasında fayda mülahaza edilmektedir.

2. Teşbihte Mübalağa

Teşbih kelimesi sülâsî mezîd baplardan tef'îl babından شَبَّهَ fiilin mastarıdır. Sözlükte “benzetmek, hikâye etmek” gibi anlamlara gelmektedir. Mesela, شَبَّهْتُ هَذَا شَيْئًا بِذَلِكَ “Bunu şuna benzettim.” cümlesinde شَبَّهَ fiili benzemek anlamındadır.²⁶ Istılahta ise aralarında ortak bir nitelemede benzerlik bulunan-birinde bu vasıf ya daha güçlüdür ya da daha zayıftır- iki şeyden birini diğerine teşbih edatlarından biri vasıtasıyla benzetmektir.”²⁷

Belâgat âlimlerinin teşbihe bakış açısını açıklamak için yapılan çok sayıda çalışma vardır. Bu çalışmalar teşbihi ekseriyetle doğrulamak, açıklamak, teyit etmek ya da mübalağa etmek için bir şeyi bir şeyle temsil etmek şeklinde değerlendirmişlerdir.²⁸

Beyân ilminin konularından birisi olan teşbihin amacı, duyu organları ile algılanamayanı algılanabilir hale getirmek, normal olmayan bir şeyi normal hale getirmek, sezgiyle bilinmeyen şeyi sezgiyle bilinir hale getirmek, güçlü olmayan sıfatları güçlü sıfat haline getirmek ve gözle görüleni ancak düşünce ile erişilebilir hale getirmektir.²⁹ Aslında teşbih manayı daha açık hale getirir ve ona bir vurgu

²⁴ İbrahim Mahmud ‘Allân, *el-Bedî’ fî l-kur’ânî envâ’uhû ve vezâifuhû*, (Şârîka: İsdârâtü Dâireti’s-Sekâfeti ve l-İlâm, 2002), 370; M. A. Yekta Saraç, *Klasik Edebiyat Bilgisi Belâgat*, (İstanbul: Gökkuşbu Yayınları, 2015), 220; Ali Bulut, *Belâgat Meânî -Beyân-Bedî’*, (İstanbul: Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Vakfı Yayınları, 2014) 271; İsmail Durmuş, “Mübalağa”, *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi*, (Ankara: TDV Yayınları, 2020), 31/424,

²⁵ İbn Reşik el-Kayrevânî, *el-‘Umde fî mehâsini’s-ş-i’ri ve âdâbihi ve nakdih*, thk. Muhammed Muhyiddin ‘Abdülhamid, (Beyrut: Dâru’l-Ceyl, 1401/1981), 2/55.

²⁶ Halîl b. Ahmed el-Ferâhidî, *Kitâbu l-‘ayn*, thk. ‘Abdülhamid Hindâvî, (Beyrut: Dâru’l-Kütübi’l-İlmiyye, 2003), 2/304; İbn Manzûr, *Lisânu l-‘Arab*, 4/2189; Râgıb el-İsfahânî, *el-Müfredât fî ğaribi l-kur’ân*, (Mekke: Mektebetü Nezar Mustafa el-Bâz, ts.), 1/335; el-Hâşimî, *Cevâhiru l-belâğa*, 219.

²⁷ Seyyid Şerîf el-Cürcânî, *et-Ta’rifât*, thk. İbrahim el-Ebyârî, (Dâru’r-Reyyân, ts.), 81; Kazvîni, *el-İzâh*, 217; Hâşimî, *Cevâhiru l-Belâğa*, 219.

²⁸ Ali Sirhân el-Kureşî, *el-Mübalağa fî belâğati l-‘arabiyye târihuhâ ve suveruhâ*, (Tâif: Matbû’atu Nâdî’t-Tâifî’l-Edebî, 1406/1985), 169.

²⁹ el-Cürcânî, er-Rummânî, el-Hattâbî, *Selâsü resâil fî i’câzi l-kur’ân*, thk. Muhammed Halefullâh Ahmed-Muhammed Zağlûl Selâm, (Kahire: Dâru’l-Me’ârif, 1976), 81.

kazandırır. Bu nedenle gerek Araplar gerekse diğer milletler teşbihe rağbet etmiş ve hiçbiri ondan vazgeçmemiştir.³⁰ Hatta Araplar teşbihi o kadar çok kullanmışlar ki birisi onların sözlerinin çoğunun teşbih olduğunu söylese abartmış olmaz.³¹

İbnü'l-Esir (öl. 630/1233), teşbih, temsil, istiare ve kinayenin işlevi hakkında şöyle demektedir: “Bunlarda amaç, murat edilen manayı vurgulamak için tasvir ve tahayyül yoluyla dinleyicinin gözünde canlandırabilmesini sağlamaktır. Bu hakikate şu sözden ulaşılabilir: زَيْدٌ أَسَدٌ: ‘Zeyd aslandır.’ Bu cümlelerin anlamı şudur: زَيْدٌ يَغِيثٌ: ‘Zeyd yiğittir.’ Bu iki cümle arasındaki fark tasvir, tahayyül ve dinleyici nezdinde murat edilen mananın teyit edilmesidir. Zira ‘Zeyd yiğittir’ sözünü duyan dinleyici, zihninde onun ancak cesur ve atılgan bir adam olduğunu canlandırır. Eğer ‘Zeyd aslandır’ dersek bu sefer zihninde aslan suretini ve heyetini canlandırır. Bununla birlikte aslanın sahip olduğu cesaret, kuvvet ve avını ezmesi de aklına gelir.”³²

Ebû Ya‘kûb es-Sekkâki (ö. 626/1229), teşbihin amaçlarından birinin de müşebbehün bihin benzeme hususunda müşebbehten daha üstün olması gerektiğine dikkati çekerek şunları ifade etmektedir: “Müşebbehün bih daha bilinir, daha özel ve daha güçlü bir şey olmalıdır. Müşebbehin miktarının açıklanması, varlık kudretinin açıklanması, ikrarın güçlendirilmesi ve süsleme, karalama veya daha ilginç hale getirme noktasında daha açık hale getirilmesi söz konusu olmadığı takdirde müşebbehün bihin zikredilmesi doğru olmaz.”³³ Müşebbehün bihin müşebbehten daha açık, daha tanınan ve daha güçlü kılan en bilindik husus ise teşbihte mübalağaya yer verilmesidir.

Yahyâ b. Hamza el-‘Alevî (ö. 749/1348) ise teşbihin maksadını şöyle ifade etmektedir: “Bil ki teşbihin maksadı, müşebbehün bihin her haliyle müşebbehten daha üstün olmasıdır. Şu sözde olduğu gibi aksi de olabilir:

وَيَدَا الصَّبَاحِ كَانَ عُرَّتُهُ وَجْهُ الْخَلِيفَةِ حِينَ يُمَدِّحُ

“Sabah oldu. Sanki sabahın aydınlığı, methedilen halifenin yüzü gibidir.”

Şair burada müşebbehi, açıklık ve netlik yönünden müşebbehün bihten daha üstün kılarak mübalağa etmiştir. Zira genelde yüzün beyazlığı sabahın aydınlığına

³⁰ Ebû Hilâl el’Askerî, *Kitâbu’s-sinâ’ateyn*, 243.

³¹ Ebu’l’Abbâs Muhammed b. Yezîd el-Müberred, *el-Kâmil fi’l-luğati ve’l-edeb*, thk. Muhammed Ebu’l-Fadl İbrahim, (Kahire: Dâru’l-Fikri’l-‘Arabî, 1418/1997), 3/70.

³² Ebu’l-feth Ziyâüddîn İbnü’l-Esir, *el-Meselü’s-sâir fi’l-edebi’l-kâtibi ve’s-şâ’ir*, thk. Muhammed Muhyiddin ‘Abdülhamid, (Beyrut: el-Mektebetü’l-‘Asriyye, 1431), 1/78.

³³ Ebû Ya‘kûb es-Sekkâki, *Miftâhu’l-‘ulûm*, thk. Na‘îm Zurrûr, (Beyrut: Dâru’l-Kütübi’l-‘İlmiyye, 1408/1987), 345.

³⁴ Ebu’l-Kâsım Hasan b. Bîşr el-‘Amîdî, *el-Muvâzene beyne şî’ri ebî temmâm ve’l-buhturi*, thk. Seyyid Ahmet Sakar, (Kahire: Mektebetü’l-Hanecî, 1994), 2/329.

benzetilirken burada tam tersi şekilde gelmiştir.”³⁵

Görüldüğü üzere mübalağanın teşbih ve teşbihin işlevini açıklama açısından önemli bir rolü vardır. Teşbihin hem mübalağaya hasredilmiş hem de maksadı ve hedefi mübalağa olan özel bir türü daha vardır. Bu teşbih türü, sıfata herhangi bir bağ veya iştirak edati getirmeksizin müşebbehün bihi müşebbehin yanına getirir. Belâgat alimleri bu teşbih türünü mübalağa ihtiva etmesi nedeniyle teşbih-i belîğ olarak adlandırmışlardır. Abdulkâhir el-Cürcânî (öl. 471/1078) bu konuda şöyle demektedir: “Temsilde müşebbehün bihin iki şekilde geldiğini tespit etmek gerekir. Birinde müşebbehün bihi, onda sabit olan bir şeyi zikrederek bir şeyin derecesine indirirsin. Bu sırada onu onlatmak için özel bir çaba sarf etme gereği duymazsın. Zira müşebbehin zikri düşer ve رَأَيْتُ أَسَدًا: ‘Bir aslan gördüm.’ sözünde de olduğu gibi hiçbir şekilde zikredilmez. Diğerinde ise yani müşebbehün bih için sabit olan niteliğin müşebbehte de bulunduğunu anlatmak için biraz çaba sarf etme gereği duyarsın. Böylece müşebbehün bihin ismi, sarîh bir şekilde müşebbehe geçer. Bunu için زَيْدٌ أَسَدٌ: ‘Zeyd aslandır.’ ve زَيْدٌ هُوَ الْأَسَدُ: ‘Zeyd aslandır, aslan.’ örneklerinde olduğu gibi müşebbehün bihi, müşebbehin haberi yaparsın veya إِنَّ لَقَيْتَهُ: ‘Onunla karşılaştığında bir aslanla karşılaşmış olursun’ ve إِنَّ لَقَيْتَهُ لَيَلْقِيَنَّكَ مِنْهُ أَسَدٌ: ‘Onunla karşılaşırsan seninle bir aslan karşılaşmış olur’ örneklerinde olduğu gibi müşebbehün bihi habere benzer bir yolla zikredersin. Sen bunların hepsinde Zeyd’in bir aslan olduğunun ispatı için uğraşırsın. Birincisinde müşebbehün bih ispatına gerek görülmeyen bir husus gibi söylenmektedir. Aslında kıyasen ispat edilmesi için çaba sarf edilene istiare değil, abartılı teşbih (teşbih ‘alâ haddi’l-mübâlağa) denilip bu kadarıyla yetinilmesi gerekirdi.”³⁶ Bu ifadelerden de anlaşılacağı üzere müşebbehün bihin zikredildiği yerde kolaylıkla anlaşılabilmesi veya anlaşılması için çaba sarf edilmesi gereken yerlerdeki teşbihler mübalağanın varlığından dolayıdır. Bu sebeple müşebbehün bihin açıklanmasının önemine binaen belâgat alimleri teşbihin mübalağanın bir türü olduğu sonucuna varmışlardır.³⁷

Teşbihi, mübalağanın çeşitlerinden biri olarak kabul eden alimler, herhangi bir nitelikte mübalağa vasıtasıyla müşebbeh (benzeyen) ile müşebbehün bihin (benzetilen) arasında fark olmadığını, ikisinin neredeyse birbirinin aynısı olduğunu ortaya koymuşlardır. Bu alimlerden birisi de Abdülkahir Cürcânî’dir (öl. 471/1078). O, bir şeyi bir şeye benzetmek isteyen, iki şeyin birbirine benzetilmesine imkân veren niteliği dikkate almasını ve benzetme esnasında bu nitelik dışındaki diğer tüm unsurlardan yüz çevirmesi gerektiğini belirtmiştir. Yani bir şey diğer bir şeye hangi hususta benzetilecekse sadece o benzetme yönüne (sıfata) odaklanılmasının önemli

³⁵ Yahyâ b. Hamza el-‘Alevî, *et-Tirâz li esrârîl-belâğati ve ‘ulûmi hakâiki-l-i‘câz*, (Beyrut: Mektebetü’l-‘Unsuriyye, 1423), 3/182.

³⁶ Abdulkâhir el-Cürcânî, *Delâilü-l-i‘câz*, thk. Mahmud Muhammed şâkir, (Kahire: Matba‘atü’l-Medenî, 1413/1992), 1/68.

³⁷ el-Kureşî, *el-Mübâlağa fî belâğati-l-‘arabiyye târihuha ve suveruhâ*, 173.

olduğunu açıklamıştır. Mesela, bir kişi aslana benzetildiği vakit, aslandaki cesaret niteliği dikkate alınmalı ve bunun dışında aslanda mevcut diğer bütün niteliklerden vazgeçilerek bunların hiçbirini dikkate alınmamalıdır. Buna göre زَيْدٌ كَالْأَسَدِ: ‘Zeyd aslan gibidir.’ denildiği vakit Zeyd’de cesaret olduğu belirtilmiş fakat mübalağa yapılmamıştır. Ancak هُوَ الْأَسَدُ: ‘O aslandır.’ denildiğinde ise cesaret iddiasında son derece mübalağa yapılmıştır. Bu durumda ya adamın aşırı cesur olmasından dolayı hakikate yakın bir ifadede bulunulmuş ya da mecaza gidilerek adamdaki cesaretin aslandaki cesareten geri kalmadığı ve adamın cesareten yoksun olmadığı belirtilmiş olur. Yani aslandaki cesaret ile adamdaki cesaret arasında hiçbir fark görülmediğinde adeta ikisi birbiriyle özdeşleşmiş ve هُوَ ‘O, odur.’ anlamına gelmiş olur.³⁸

Mübalağa vasıtasıyla müşebbehin müşebbehün bihin aynısı olduğuna Ebu’t-Tayyib el-Mütenebbî’nin (öl. 354/965) aşağıdaki şiiri de örnek verilebilir.

مَا أَبْعَدَ الْعَيْبُ وَالنَّقْصَانُ مِنْ أَنَا النَّرْيَا وَدَانَ الشَّيْبُ وَالْهَرَمُ³⁹
شَرَفِي

“Kusur ve noksanlık ne kadar uzaktır şerefimden, ben Süreyyâ yıldızım, bunlar da beyaz saçlar ve yaşlılık.”

Şairin kendisini Süreyya yıldızına benzetmesi ile kusur ve eksikliğini beyaz saçlara ve yaşlılığa benzetmesinin belîğ bir teşbih olduğunu kabul edilirse ve ardından benzetmedeki benzerlik yönünü ve iddia derecesini araştırmaya başlanırsa bu durum şiirin siyakından anlaşılabilecek başka boyutları ve anlamları içerir. Şair, bu şiirde oldukça özgüvenli olduğunu ifade etmektedir. Kendisine karşı kin ve kıskançlık besleyen insanlarla dolu bir sarayda olmasına rağmen bu kişilerin kıskançlığının veya zararının kendisine ulaşamayacağı yeni bir varlık dünyası inşa etmektedir. Bu varlık şiirin siyakında vücut bulur. Nitekim şair başlangıçta mütakellim (ben) zamiriyle konuşmaktadır:

يَا أَغْدَلُ الْخَلْقِ إِلَّا فِي مُعَامَلَتِي فِيكَ الْخَصَامُ وَأَنْتَ الْخَصْمُ وَالْحَكْمُ
أَعِيدُهَا نَظَرَاتٍ مِنْكَ صَادِقَةً أَنْ تُحْسِبَ الشَّحْمَ فَيَمُنْ شَحْمُهُ وَرَمَّ⁴⁰

“Ey ben dışında herkese muamelede insanların en adil olanı, mahkeme sendedir, davalı da hâkim de sensin

Onu senin sadık bakışlarından sakınıyorum ki şişkinliğinden şişman görüneni şişman sayarsın.”

³⁸ el-Cürcânî, *Delâilü 'l-i'câz*, 251.

³⁹ Ebû Mansûr es-Se‘âlibî, *Ebu’t-Tayyib el-Mütenebbî vemâ lehû vemâ ‘aleyh*, thk. Muhammed Muhyiddîn Abdülhamîd, (Kahire: Mektebetü'l-Hüseynî't-Ticâriyye, 1432), 112.

⁴⁰ es-Se‘âlibî, *Ebu’t-Tayyib el-Mütenebbî vemâ lehû vemâ ‘aleyh*, 112.

Ardından özgün benliğini şöyle göstermektedir:

أَنَا الَّذِي نَظَرُ الْأَعْمَى إِلَى أَدَبِي وَأَسْمَعْتُ كَلِمَاتِي مَنْ بِهِ صَمَمٌ
أَنَا مَلَأْتُ جُفُونِي عَنْ شَوَارِدِهَا وَيَسْهَرُ الْخَلْقُ جَرَّاهَا وَيُخْتَصِمُ
وَمُرْهَفٌ سِرْتُ بَيْنَ الْجَحْفَلَيْنِ بِهِ حَتَّى ضَرَبْتُ وَمَوْجَ الْمَوْتِ
فَالْخَيْلَ وَاللَّيْلَ وَالْبَيْدَاءَ تَعْرِفُنِي وَالسَّيْفَ وَالرُّمْحَ وَالْقُرْطَاسَ وَالْقَلَمَ
صَحَبْتُ فِي الْفُلُوتِ الْوَحْشَ مُتَفَرِّدًا حَتَّى تَعَجَّبَ مِنِّي الْقَوْرُ وَالْأَكْمَ⁴¹

“Ben oyum ki; a‘malar bile edebiyatımı görmüştür ve sağirlara bile sözlerimi işittirmişimdir.

Onun düşüncesine dalmadan gözüm dolu uyuyorum. İnsanlar ise onun yüzünden kavgayla sabahlarlar.

İki büyük ordunun arasında ince duygularla yürüdüm. Ta ki ölüm dalgasıyla vurulana kadar

Atlar, geceler ve çöller bilir beni, kılıçlar, oklar, kalem ve defterler de

Dolaştım vahşi çöllerde yalnız başıma, kum tepeleri ve kayalıklar bile bana hayran kaldı.”

Ardından bu benlik duygusunu daha ileri boyuta taşıyarak kendinden cemi zamiriyle (نا) bahsetmektedir:

يَا مَنْ يَعْرِ عَلَيْنَا أَنْ نُفَارِقَهُمْ وَجَدَانَا كُلَّ شَيْءٍ بَعْدَكُمْ عَدَمٌ⁴²

“Ey kendilerinden ayrılığımız bize zor gelenler! Sizden sonra bulduğumuz her şey yokluktur.”

Hatta zatını öyle yükseltir ki, kendisini bir yönetici olan Seyfü'd-devle'nin (öl. 356/967) konumuna getirir:

مَا كَانَ أَخْلَقْنَا مِنْكُمْ بِتَكْرَمَةٍ لَوْ أَنَّ أَمْرَكُمْ مِنْ أَمْرِنَا أَمَمٌ⁴³

“Sizin tarafınızdan bir iyilikle evla kılınmadık. Şayet durumunuz bizimkine yakın olsaydı biz ona daha layıktık.”

Burada benlik daha yüksek bir makama erişmekte ve artık Süreyya yıldızına dönüşerek insanların ulaşamayacağı bir başka varlık haline gelmektedir. Ancak buradaki Süreyya yıldızı acaba gökyüzündeki Süreyya yıldızı mıdır yoksa farklı bir şey midir?

Şiirde noksanlık ile şeref arasında bir çekişme işlenmektedir. Noksanlık zillet

⁴¹ es-Se‘âlibî, *Ebu't-Tayyib el-Mütenebbî vemâ lehû vemâ ‘aleyh*, 117

⁴² es-Se‘âlibî, *Ebu't-Tayyib el-Mütenebbî vemâ lehû vemâ ‘aleyh*, 112

⁴³ es-Se‘âlibî, *Ebu't-Tayyib el-Mütenebbî vemâ lehû vemâ ‘aleyh*, 112.

ve utanma ile ilişkilendirilirken, şeref ise gurur ve saygınlıkla ilişkilendirilmektedir. Bu siyakta Süreyya yıldızının yeni bir hüviyet kazanarak artık gökteki yıldızdan ziyade şairin benliğinin yükselişini ve yüceliğini sembolize ettiği görülmektedir. Dolayısıyla şair ile Süreyya yıldızı arasında bir karşılaştırma yapmak mümkün değildir. Yine takdir edilen teşbih harfiyle birlikte أنا (ben) zamiri artık Süreyya yıldızından farklı bir şey değildir. Böylece şair kusur ve noksanlıktan şerefe yükselmekte ve şeref de onu aşağılıktan alıp yükselme ve devamlılığın sembolü olan Süreyya yıldızına eriştirmektedir. Yaşlılık ve saçların ağarması düzeyine ulaşan kusur ve noksanlık ise düşük olarak kalmaktadır. Şiirin bağlamı içerisinde Süreyya kelimesi yeni bir hayat ve gelişim kesp etmektedir. Yine bu bağlam içerisinde belirlenen mevcut anlamından ayrı olarak şairin özgün kişiliğini ortaya çıkarmaktadır. Bu özgünlük ve yücelik hali Süreyya kelimesiyle sembolik olarak ilişkilendirilmesine sebep olmuştur. Bu sembol, düşüş ve sona yaklaşma emarelerine karşı direnen yükseliş temsil etmektedir.⁴⁴

Burada teşbihteki mübalağa vasıtasıyla müşebbeh ve müşebbehün bih arasında sembolik bir ilişki kurulmuş ve bu ilişkiden doğan edebi potansiyelin özellikle alıcıyı etkileyici noktalara yönlendirmesi sağlanmıştır. Buradaki teşbih, müşebbeh ve müşebbehün bih vasıtasıyla ya da her iki taraf arasındaki benzerliğin yanı sıra bağlamın oluşturduğu durum ve ifade sırasında ortaya çıkan duygu yoğunluğuna göre de değer kazanmıştır.⁴⁵

Teşbihe bu açıdan bakmak edebi esere saygı duymayı ve her eserin özgünlüğünü takdir etmeyi beraberinde getirir. Yine söz konusu eseri, genel kuralların etkisinden kurtararak edebiyatçının eserindeki mübalağa, abartma ve benzetmenin anlaşılmasına ve araştırılmasına odaklanılmasını sağlar. Zira teşbih yoluyla edebi eserde genel mantık ilişkileri aşılarak yeni alakalar ihdas edilmektedir. Teşbih, yalnızca mananın mekanik bir şekilde müşebbehten müşebbehün bihe aktarılması değildir. Teşbih yoluyla üretilen çağrışımlar, teşbihin unsurları arasında edebi bir tür çekişme yaratır. Yine teşbih, eserin öncesi ve sonrası arasında bir ilgi oluşturmaya yönüyle eserin tamamında edebi bir rol oynar.⁴⁶

Belâgat alimleri, teşbihin mübalağa açısından güçlü veya zayıf olmasına göre teşbihi sınıflandırmışlardır. Bu alimlerden birisi de Hatîb el-Kazvînî'dir (öl. 739/1338). O, teşbihin mübalağa açısından güçlü veya zayıflığı, teşbihin rükunlarının zikredilmesi veya hazfedilmesine göre teşbihi sekiz kısma ayırmıştır. O, bu konuda şunları ifade etmektedir: “Teşbihin, mübalağa açısından güçlülüğü veya zayıflığı, rükunlerinin zikredilmesi veya zikredilmemesine göre sekiz

⁴⁴ el-Kureşî, *el-Mübâlağa fî belâğati 'l-'arabiyye târihuhâ ve suveruhâ*, 177-178.

⁴⁵ Recâ 'Ayt, *Felsefetü 'l-belâğati beyne 't-takniyeti ve 't-tadavvur*, (İskenderiye: Menşetü'l-Me'ârif, ts.), 305.

⁴⁶ 'Ayt, *Felsefetü 'l-belâğati beyne 't-takniyeti ve 't-tadavvur*, 305; el-Kureşî, *el-Mübâlağa fî belâğati 'l-'arabiyye târihuhâ ve suveruhâ*, 178.

mertebede incelenir. Birincisi dört rüknünün de zikredilmesidir. *رَيْدٌ كَالْأَسَدِ فِي الشَّجَاعَةِ* : 'Zeyd yiğitlikle aslan gibidir.' demen gibi. Bu mertebenin bir gücü yoktur. İkincisi müşebbehin zikredilmemesidir. Zeyd için *الْأَسَدُ فِي الشَّجَاعَةِ* : 'Cesarette aslan gibi.' demen buna örnektir. Bu da birincisi gibi güçsüzdür. Üçüncüsü teşbih lafzının zikredilmemesidir. *رَيْدٌ أَسَدٌ فِي الشَّجَاعَةِ* : 'Zeyd cesarette aslandır.' demen buna örnektir. Bu mertebede bir miktar güç vardır. Dördüncüsü müşebbehin ve teşbih lafzının zikredilmemesidir. Zeyd için *أَسَدٌ فِي الشَّجَاعَةِ* : 'Cesarette aslandır' demen buna örnektir. Bu da güç açısından üçüncü gibidir. Beşincisi benzer yönün zikredilmemesidir. Zeyd için *رَيْدٌ كَالْأَسَدِ* : 'Zeyd aslan gibidir.' demen buna örnektir. Burada benzer yönün dış görünüş açısından genellenmesi dolayısıyla bir miktar güç vardır. Altıncısı müşebbehin ve benzerlik yönünün zikredilmemesidir. Zeyd için *كَالْأَسَدِ* : 'Aslan gibi.' demen buna örnektir. Bu da beşinci gibidir. Yedincisi teşbih lafzının ve benzerlik yönünün zikredilmemesidir ki bu aralarında en güçlü olanıdır. Sekizincisi yalnızca müşebbeh bihin zikredilmesidir. Zeyd için *أَسَدٌ* : 'Aslan.' demen buna örnektir ve güç açısından bir önceki gibidir."⁴⁷ Buradan da anlaşılabacağı üzere daha önce de ifade edildiği gibi teşbihte sadece müşebbehün bihin zikredilen kısmı olan teşbih-i belîğ mübalağa açısından en makbul teşbih çeşidi olarak kabul edilmektedir.

3. İstiarede Mübalağa

Kelime olarak istiare, birinden bir şeyi isteyip ödünç alma,⁴⁸ bir şeyi kaldırma, bir cismi veya nesneyi birinden alıp diğerine verme⁴⁹ gibi anlamlara gelir. Dolayısıyla istiarede ödünç alma, kaldırma, değiştirme ve dönüşüm anlamları vardır.⁵⁰

İstilahı anlamda ise istiarenin birçok tanımı yapılmıştır. el-Câhız (öl. 255/869), bir edebiyat terimi olarak istiarenin ilk tanımını yapmıştır. O istiareyi, bir şeyin, onun yerini tutması halinde başkasının adıyla adlandırılması şeklinde tanımlamış ve bedel, mesel, bedî' kelimelerini istiare anlamında kullanmıştır.⁵¹

Sa'leb (öl. 291/904), istiareyi bir şey için başka bir adın veya mananın ödünç alınması (istiare edilmesi)⁵² şeklinde tanımlarken, İbn Mu'tez (öl. 296/908) ise istiareyi, kelimenin bilinmeyen bir şeyi ifade etmek için bilinen bir şeyden istiare

⁴⁷ 'Abdül'l-Müte'âl es-Sa'îdî, *Buğyetü'l-izâh lilehisi'l-miftâh fî 'ulûmi'l-belâğa*, (Mektebetü'l-âdâb, 1426/2005), 3/450.

⁴⁸ İbn Manzûr, *Lisânu'l-'arab*, 4/3188-3189.

⁴⁹ Fadl Hasan Abbâs, *el-Belâğa funûnuhâ ve efnânuhâ 'ilmü'l-beyân ve'l-bedî'*, (Ammân, Dâru'n-Nefâis, 1429/2009), 2/187.

⁵⁰ Abbâs, *el-Belâğa funûnuhâ ve efnânuhâ 'ilmü'l-beyân ve'l-bedî'*, 2/187.

⁵¹ el-Câhız, Ebû Osman Ömer b. Bahr, *el-Beyân ve't-tebyîn*, thk. Abdusselâm Harun, (Kahire: Mektebetü'l-Hâne'î, ts.), 1/153, 284, 4/55; a. mlf., *el-Hayevân*, thk. Abdusselâm Harun, (Kahire: Mektebetü'l-Hâne'î, 1984/1965), 2/280-283, 4/273-278.

⁵² Sa'leb, *Kavâ'idü's-si'r*, 53.

edilmesi⁵³ şeklinde tanımlamıştır.

İstiare, Araplar tarafından yaygın bir şekilde kullanılmaktadır. Nitekim el-Âmidî (öl. 371/981) istiare hakkında şöyle demektedir: “Araplar manayı, yalnızca bazı durumlarda kendisine yakın, uygun veya benzer olması durumunda veya söz konusu mananın sebeplerinden biri olması durumunda istiare etmişlerdir. Böylelikle istiare edilen lafız kendisi için istiare edilene uygun ve manasıyla uyumlu olur.”⁵⁴

İstiaresinin yukarıda verilen tanımlarının dışında belâgat alimleri tarafından farklı tanımları da yapılmıştır. Yapılan tanımlar incelendiğinde aralarında her ne kadar birtakım farklılıklar olsa da nihayetinde aynı şeye işaret etmektedirler. İşaret ettikleri şey ise istiaresinin belirli amaçlar için bir anlam taşınmasının olduğudur.⁵⁵

İstiaresinin belirli bir amaç için ödünç alınması veya bir yerden başka bir yere nakledilmesi, görüşleri kendisinden sonra belâgat kavramlarının birçoğunun teşekkülünde önemli bir rol oynayan ve belâgat ilminin önde gelen alimlerinden olan Abdülkâhîr el-Cürcânî’nin (öl. 471/1078) de benimsediği bir husustur. O, istiareyi tanımlarken şunları ifade etmektedir: “Bil ki istiare, kısaca bir lafzın lügavi vaz’da kendisi için belirlenmiş, bilinen bir manası olup, bir şairin ya da başkasının bu lafzı kendisi için belirlenmiş asıl anlamının dışında kullanması, yani bu lafzı sürekli değil de âriye (ödünç) gibi duracağı bir yere nakletmesi demektir.”⁵⁶

Bir kelimenin ilk vaz’ edildiği andaki gerçek anlamı ile bir gaye için asli anlamının dışındaki kullanımı arasındaki alaka, Abdülkâhîr el-Cürcânî’nin (öl. 471/1078) nezdinde mübalağa amacıyla yapılan teşbihe özel bir durumdur. Bu nedenle o, istiareyi kelimenin sözlük anlamı ile gerçek anlamı dışında kullanılması arasındaki ilişki durumuna bağlı olarak istiareyi, isti’âre-i ğayr-i müfide (faydasız istiare) ve isti’âre-i müfide (faydalı isti’âre) diye iki kısma ayırmıştır.⁵⁷

Naklinde bir fayda olmayan isti’âre-i ğayr-i müfide, vaz’ında bir genişlik ve anlamlarında da ince bir farklılık bulunan lafızlarda olmaktadır. Tek bir organ için farklı canlı türlerine göre vazedilmiş lafızlar buna örnektir. Mesela, dudak manasını ifade etmek üzere insan dudağı için الشَّفَّةُ, deve dudağı için الْمَشْفَرُ, at dudağı için الْجَحْفَلَةُ kelimelerini ve aynı manayı ifade etmek için değişik kelimeleri vaz etmede böyle bir durum vardır. Buna göre bir şair bu tür kelimelerden herhangi birini vaz edildiği türün dışında başka bir tür için kullanırsa, bu durumda bu lafzı istiare etmiş ve onu aslî yer ve manasından başka bir yere nakletmiş olmaktadır. Mesela Accâc’ın (öl. 97/715-16) şu şiiri buna örnektir:

⁵³ Abdullah b. Mu‘tez, *Kitâbü’l-bedî*, 24.

⁵⁴ el-Âmidî, *el-Muvâzene beyne şî‘ri ebî temmâm ve’l-buhturî*, 1/266.

⁵⁵ Câbir Uşfûr, *es-Sûretü’l-fenniyye fi’t-turâsi’n-nakdi ve’l-belâğî ‘inde’l-‘arab*, (Beyrut: el-Merkezu’s-Sekâfi’l-‘Arabî, 1992), 203.

⁵⁶ el-Cürcânî, *Esrârü’l-belâğa*, thk. Mahmud Muhammed Şakir, (Cidde: Dârü’l-Medenî, ts.), 30.

⁵⁷ el-Cürcânî, *Esrârü’l-belâğa*, 30.

وَمُقَلَّةٌ وَحَاجِبًا مَرْجَا وَمُفَاجِمًا وَمَرْسِيًا مُسَرَّجًا⁵⁸

“Sevgilinin siyah gözünü, ince ve uzun kaşını, kömür gibi siyah saçını ve lamba gibi parlayan burnunu (gösterdiği vakit hatırla).”

Beyitteki مُسَرَّجًا kelimesiyle burnun lamba gibi parlaması kastedilmektedir. Normalde الْمَرْسِين kelimesi aslında hayvan burnu için vazedilmiştir. Çünkü bu kelime yuların geçirildiği yer manasına da gelmektedir.⁵⁹

Naklinde bir fayda, mana ve gaye içeren, kullanılmadığı takdirde bu anlam ve gayelerin hiçbirinin olmayacağı istiare çeşidi ise isti'âre-i müfidedir. Bu, mübalağa amacıyla yapılan istiarelerdir. Abdülkâhir el-Cürcânî (öl. 471/1078) bunu şöyle açıklamaktadır: “Faydalı olan istiare ise bir faydanın hasıl olmasının yanında yeni bir mana ve maksat ortaya çıkarıdır. Bu tür istiarenin yeri olmasaydı tüm bu faydaları, maksadı ve teşbihi elde edemezdin. Mesela, رَأَيْتُ أَسَدًا: ‘Ben bir aslan gördüm.’ Burada cesur bir adamı kastetmiş olursun. رَأَيْتُ بَحْرًا: ‘Bir deniz gördüm.’ Burada cömert bir adamı kastetmiş olursun. Aynı şekilde بَدُر: ‘Dolunay’ ve شَمْس: ‘Güneş’ kelimeleri ile de mutluluktan yüzü aydınlanan bir insanı kastetmiş olursun. سَأَلْتُ سَيْفًا عَلَى الْعَدُوِّ: ‘Düşmana kılıç çektim.’ ifadesiyle sana yardım eden bir adamı veya etkileyici bir görüşü veya benzeri bir şeyi kastetmiş olursun. Bu cümlede aslan kelimesini istiare ederek adamı kastettin. Böylece bu istiarenin olmaması halinde elde edemeyeceğin bir faydayı sağladığın ortadadır. Bu fayda, kastedilenin cesaretle nitelendirilmesinde mübalağa yapmandır. Yine dinleyicinin zihninde ileri atılması, gücü ve şiddeti noktasında bir aslan suretini canlandırmış olursun. Bu benzetmenin doğasındaki diğer manalar da cesaretle alakalıdır. Deniz kelimesini istiare ederek de cömertlikteki genişliğini ve bolluğunu kastetmiş oldun. Güneş ve dolunay ile de ondaki güzelliği, görkemi, göz dolduran letafeti ve göz alıcılığı kastetmiş oldun.”⁶⁰

İstiaarenin mübalağa için kullanılması, belagat geleneğimizde alışılmış bir durumdur. Rummânî (öl. 384/994), Kur’ân-ı Kerim’deki istiarelerden bir kısmından bahsederken buna işaret etmiştir. O, bu konuda إِنَّا لَمَّا طَغَى الْمَاءُ حَمَلْنَاكُمْ فِي الْجَارِيَةِ: “Bir zamanlar sular coştığı vakit sizi gemide kuşkusuz biz taşıdık.”⁶¹ ayetini misal vermekte ve şunları ifade etmektedir: “Bu ayette tuğyan (طغى) (aştı) kelimesi aslında ‘uluvv (علا) (yükseldi) manasına istiare olarak getirilmiş ve daha belîğdir. Zira طغى kelimesinin ifade ettiği kahren yükselme karşı koyulamaz bir biçimde yükselme anlamındadır. Bu da durumun azametini ortaya koymada bir

⁵⁸ Accâc, Ebû’ş-Şa’sâ’ Abdullâh b. Rü’be, *Dîvânü’l-‘accâc*, thk. İzzet Hasan, (Beyrut: Dâru’ş-Şarki’l-‘Arabî, 1417/1995), 330.

⁵⁹ el-Cürcânî, *Esrârü’l-belâğa*, 30-31

⁶⁰ el-Cürcânî, *Esrârü’l-belâğa*, 32-33

⁶¹ el-Hâkka 69/11.

mübalağadır ve daha belîğdir.”⁶²

İstiarenin kullanımındaki amaçları ele alan belâgat alimlerinden Ebû Hilâl el-‘Askerî (öl. 400/1009), istiaredeki gayelerden birinin de mübalağa için olduğunu ifade etmiştir. O, bu konuda şunları ifade etmektedir: “İstiare, ibarenin dilin asıl kullanım alanından bir amaç için başka bir yere nakledilmesidir. Bu amaç ya bir manayı şerh etmek, daha görünür kılmak, mübalağa ile manayı teyit etmek ya da daha az lafızla ona işarette bulunmak veya ortaya çıkacağı yeri güzelleştirmektir.”⁶³

İstiarede mübalağanın önemine değinen İbn’ül-Hatîb Fahreddîn er-Râzî’nin (öl. 606/1210) görüşü de Ebû Hilâl el-‘Askerî’nin (öl. 400/1009) görüşüne yakın ve onu destekler niteliktedir. Fakat o, istiareyi teşbihin bir kısmı kabul etmekte ve istiaredeki amacın teşbihte mübalağa olduğunu açıklayarak bu konuda şunları dile getirmektedir: “İstiare, teşbihte mübalağa yapmak için bir şeyi başka bir şeyin adıyla zikretmek ve bir şeyi başka bir şeyle ispatlamaktır.”⁶⁴

Belâgat alimlerinden bazıları beyân ilminin konularından istiaredeki amacın sadece mübalağa için olduğunu izah etmişlerdir. Bu alimler arasında İbn Cinnî ve İbn Reşîk el-Kayrevânî (öl. 456/1064) yer almaktadır. İbn Cinnî (öl. 322/934), istiarenin sadece mübalağa için yapıldığını açıklamış ve bu konuda “İstiare ancak mübalağa için yapılır. Yoksa zaten hakikat olur.”⁶⁵ ifadeleriyle görüşünü dile getirmiştir. İbn Reşîk (öl. 456/1064) ise mübalağanın geçersiz kabul edilmesi veya kusurlu bulunması halinde teşbihin ve istiarenin geçersiz olacağını izah ederek şunları ifade etmiştir: “Şayet mübalağanın tümü geçersiz olur ve kusurlu bulunursa teşbih de geçersiz olur ve İstiarenin geçerliliğine hâlel gelir.”⁶⁶

Konuyla alakalı olması hasebiyle son olarak Hatîl el-Kazvînî’nin (öl. 739/1338) görüşüne temas etmek faydalı olacaktır. O, lafzın asıl manasından ödünç alınmasındaki gayenin yani istiarede amacın teşbihte mübalağa olduğunu beyan ederek şunları ifade etmiştir: “İstiarenin alakası, anlamının yerine kullanılacak olan şeye benzetilmesidir. Manasının aklen ve hissen gerçekleşebilmesi için gerçeklikle sınırlandırılmıştır. Lafız, asıl müsemmasından nakledilerek teşbihte mübalağada yapmak için i‘âre yoluyla ona isim yapılır.”⁶⁷

Hülâsa istiareyi, bir amaç için ibareyi dildeki asıl kullanıldığı yerden başka bir yere taşımaktır diye ifade edebilmek mümkündür. Buna göre istiare ile mücerret şeyler, duygu ve düşünceler somutlaştırılır. Cansız varlıklar kişileştirilir ve konuşturulur. Lafızların manaları zenginleşir. Mütেকellimin az sözle çok mana

⁶² Ali b. İsâ er-Rummânî, *Selâsü resâil fi i‘câzi’l-kur’ân*, thk. Muhammed Halefullâh Ahmed-Muhammed Zağlûl Selâm (Kâhire: Dâru’l-Me‘ârif, ts.), 87.

⁶³ el-‘Askerî, *Kitâbü’s-sinâ’ateyn*, 268.

⁶⁴ el-‘Alevî, *et-Tırâz li esrâri’l-belâğati ve ‘ulûmi hakâiki’l-i‘câz*, 1/201.

⁶⁵ el-Kayrevânî, *el-‘Umde fi mehâsini’ş-şî’ri ve âdâbihi ve nakdih*, 1/270.

⁶⁶ el-Kayrevânî, *el-‘Umde fi mehâsini’ş-şî’ri ve âdâbihi ve nakdih*, 2/55.

⁶⁷ el-Kazvînî, *el-Îzâh fi ‘ulûmi’l-belâğa*, 285.

ifade etmesine imkân tanır ve lafza îcâz güzelliği katar. Muhatabın tasavvur ve tahayyül dünyasını zenginleştirir. Böylece hedefe şaşırtıcı yollardan vardığı ölçüde okuyucuyu ve muhatabı tesiri altına alır.⁶⁸ Ayrıca istiare ile manayı şerh etme, manayı daha da açık hale getirme, mübalağa ile birlikte manayı pekiştirme, az bir lafızla çok manaya işaret etme, mananın açığa çıktığı yeri güzelleştirmek de imkân dahilindedir. Ama bunlar içerisinde istiarede mübalağa yaparak manayı teyit etmek ön plana çıkmaktadır. Hatta istiarenenin tek amacının mübalağa olduğu görüşü dikkate alınırsa istiarenenin mübalağa sanatıyla eşdeğer bir pozisyonda olduğu da söylenebilir. Yani istiare olmadan mübalağa, mübalağa olmadan da istiareden söz etmek mümkün görünmemektedir.

4. Kinayede Mübalağa

Kinaye kelimesi, sülasi mücerred birinci baktan كُنَا يَكُونُ كِنَايَةً veya ikinci baktan كِنَايَةً كُنَا şeklinde mastar olarak gelir. Sözlükte bir şeyi sarıh bir şekilde ifade etmek, gizlemek, bir şeyi kapalı bir şekilde söylemek, bir şeyi söylerken aslında söylediğinden farklı bir mana kastetmek,⁶⁹ sarahatten kaçmak, tasrihi bırakmak⁷⁰ gibi anlamlara gelir. Mesela, كُنَيْتُ بَكْدًا عَنْ كَدَا: “Bununla şunu kinaye ettim, söylemek istedim.” cümlesindeki kinaye kelimesi anlatılmak isteneni üstü kapalı şekilde ifade etmek veya bir şeyi ifade ederken aslında söylediğinden farklı bir mana kastetmek anlamındadır.⁷¹

Belagat terimi olması hasebiyle kinayenin terim olarak farklı zaman dilimlerinde farklı tanımları yapılmıştır. Mesela Abdülkâhir el-Cürcânî (öl. 471/1078) kinayeyi, mütekellimin anlatmak istediği manayı sözlükte onun için belirlenmiş olan lafızla değil de varlığı ona bağlı olan başka bir mana yardımıyla ifade etmesi ve ikincisini birincisine delil kılması şeklinde tanımlamaktadır. هُوَ كَثِيرٌ رَمَادٍ : “O, kılıç bağı uzundur.” sözü ile adamın boyunun uzun olması, كَثِيرٌ رَمَادٍ : “Kazanın külü çoktur.” sözü ile birinin misafirin çok olması, kadınlar için نَوُومُ الصُّحَى : “Kuşluğa kadar uyuyan.” denmesindeki maksat, kişinin müreffeh olduğunu ve yeteri kadar hizmetçisinin bulunduğunu ifade etmektir. Görüldüğü gibi bu misallerde bir anlam kastedilmiş ama onu doğrudan ifade eden lafızlar yerine varlığı bunlara bağlı olan başka bir mana kastedilen bu manalara bağlı kılınmıştır. Nitekim kişinin boyu uzun olunca kılıcının kını da uzun olur.

⁶⁸ M. Kaya Bilgegil, *Edebiyat Bilgi ve Teorileri*, (Erzurum: Salkımsöğüt Yayınevi, 2015) 151; M.A. Yekta Saraç, *Klasik Edebiyat Bilgisi Belâgat*, 119.

⁶⁹ İbn Manzûr, *Lisânu 'l-'arab*, 5/3944; İsmâ'il b. Hammâd el-Cevherî, *es-Sihah*, thk. Ahmed Abdulğafûr 'Attâr (Beyrut: Dâru'l-İlmi li'l-Melâyin, 1984), 1329; el-Meydânî, *el-Belâğatü 'l-'arabiyye üsüsühâ ve 'ulûmuhâ ve fînûnuhâ*, 2/135; 'Abdülaziz 'Atîk, *'İlmü 'l-me'ânî, el-beyân, el-bedî'*, (Beyrut: Dâru'n-Nehzeti'l-'Arabiyye, ts.), 397.

⁷⁰ Bilgegil, *Edebiyat Bilgi ve Teorileri*, 168.

⁷¹ İbn Manzûr, *Lisânu 'l-'arab*, 5/3944; el-Cevherî, *es-Sihah*, 1329; el-Meydânî, *el-Belâğatü 'l-'arabiyye üsüsühâ ve 'ulûmuhâ ve fînûnuhâ*, 2/135; 'Atîk, *'İlmü 'l-me'ânî, el-beyân, el-bedî'*, 397.

Misafirperver kişinin kazanının külü çok olur. Kadın müreffeh bir yaşam sürüp onun işlerine bakan uşakları bulunduğu kuşluk vaktine kadar uyuyabilir.⁷²

Ebû Ya'kûb es-Sekkâkî (ö. 626/1229) kinayeyi, bir şeyi açıkça zikretmeyip zikredilen lazımdan zikredilmeyen melzuma intikal edilebilmesi için o şeyin lazımlarını zikretmek şeklinde tanımlamaktadır.⁷³ “فَلَانَةُ تَوْوَمُ الضُّحَى: “Falan kadın kuşluk vaktinde uyuyan biridir.” denildiğinde lazımdan (kuşluk vakti uyumaktan) melzuma yani bahsedilen kadının kendisine hizmet edilen ve işleri bizzat görmeye ihtiyacı olmayan biri olduğuna intikal edilmesi bu duruma misal olarak verilebilir.⁷⁴

el-Hatîb el-Kazvî'nin (öl. 739/1338) kinaye tanımı Sekkâkî'nin (ö. 626/1229) tanımına oldukça yakındır. O kinayeyi, kendisiyle bir lafzın lazımlarının manasının kastedilmesiyle birlikte melzûmun kastedilmesinin de mümkün olduğu lafız diye ifade etmektedir. Birinin uzun boylu olduğunu ifade etmek için “Filancanın kılıç bağı uzundur.” demek veya birinin çok hizmetçisi olduğundan lüks hayat yaşadığını ifade etmek için “Kuşluğa kadar uyur.” demek bu duruma misal olarak verilebilir.⁷⁵

Bir şeyi açık söylemenin uygun düşmeyeceği yerde başvurulacak ifade yolu kinayedir. Hicap, zerafet, edep, dinleyen veya okuyan üzerinde uyanması istenmeyen tesir, kinayeden faydalanmaya yol açar.⁷⁶ Bu açıdan kinaye cümlelerin veya ifadenin dış manasını değil iç manasını kastetmektir. O halde kinaye iki manalı söz söylemektir.⁷⁷

Belâgat alimleri, kinayeli anlatımın kinavesiz anlatımdan, imalı anlatımın imasız anlatımdan daha etkili olduğu ve mecazın gerçek anlatımdan daha etkili olduğu konusunda görüş birliği içindedir.⁷⁸ Kinayeli anlatım, kinavesiz anlatımdan daha etkileyicidir demek, mananın özünde bir artış olduğu anlamında değil ifade tarzının daha etkili ve güçlü olduğu anlamındadır. Mesela, bir kişinin misafirperverliğinin külü çok şeklinde ifade edilmesi, onun daha çok konuksever olduğu anlamına gelmez. Aksine böyle diyerek onun konukseverliğini daha güçlü bir dille ifade etmiş ve buna olan inanç vurgulanmış olur.⁷⁹ Buradan hareketle kinayeli anlatımda mübalağa sanatının varlığı ifade tarzını daha etkili, vurgulu ve belîğ kılmaktadır. Nitekim bu konuda Abdülkâhîr el-Cürcânî (öl. 471/1078) şunları ifade etmektedir: “Dolaylı anlatımların düz ifade edilen sözlere olan üstünlüğü ve daha mübalağalı olmasının sırrı, mütekellimin haberini vermek istediği mananın

⁷² el-Cürcânî, *Delâilü'l-i'câz*, 66.

⁷³ es-Sekkâkî, *Miftâhu'l-'ulûm*, 512.

⁷⁴ es-Sekkâkî, *Miftâhu'l-'ulûm*, 512.

⁷⁵ el-Kazvî, *el-İzâh fî 'ulûmi'l-belâğ*, 330.

⁷⁶ Bilgegil, *Edebiyat Bilgi ve Teorileri*, 170.

⁷⁷ Saraç, *Klasik Edebiyat Bilgisi Belâgat*, 144.

⁷⁸ el-Cürcânî, *Delâilü'l-i'câz*, 70.

⁷⁹ el-Cürcânî, *Delâilü'l-i'câz*, 71.

zatında değil ispat ve ikrar tarzındadır.”⁸⁰

Zerkeşi (öl. 749/1392), el-Burhân fî ‘Ulûmi’l-Kur’ân isimli eserinde kinayenin sebeplerini açıklamış, bunlardan birinin de mübalağa maksadıyla kinaye yapmak olduğunu ifade etmiştir. O, bu konuda بَلَّ يَدَاهُ اللَّهُ مَغْلُولَةً غَلَّتْ أَيْدِيهِمْ وَلِعِنُوا بِمَا قَالُوا بَلَّ : “Yahudiler ‘Allah’ın eli bağlanmış!’ dediler. Asıl kendi elleri bağlanmış ve söyledikleri yüzünden lânetlenmişlerdir. Aksine O’nun iki eli de açıktır, dilediği gibi verir.”⁸¹ ayetini misal vermiş ve Yahudilerin Allah’a iftira atmada mübalağa yaptıklarını ifade etmiştir. Burada غَلَّتْ (bağlama) fiili بَحَلَ (Cimri olma) fiilinden kinayedir ve mübalağa söz konusudur. Oysa Allah, بَلَّ يَدَاهُ مَبْسُوطَتَانِ : “Aksine O’nun iki eli de açıktır, dilediği gibi verir.” ifadesi ile kinaye yoluyla kendisinin çok cömert olduğunu, asıl cimri olanın ve elleri bağlananın Yahudiler olduğunu açıklamış ve onları bu iftiralari sebebiyle lanetlemiştir.⁸²

Abartılı bir anlatım biçimi olarak kinayede mübalağa sanatının kullanılması belagat ilminde oldukça yaygın bir gelenektir. Birçok edip, şair ve yazar bu geleneği sürdürmüş, şiir ve yazılarında kinayede mübalağa sanatını kullanmışlardır. Mesela, Emevî dönemi hanım şairlerden ve hanım şairlerin en meşhurlarından olan Leylâ el-Ahyeliyye’nin (öl. 86/705) şiirlerinde bu duruma rastlamak mümkündür.

وَمُخَرَّقٌ عَنْهُ الْقَمِيصُ تَخَالَهُ وَسُطَّ الْبُيُوتِ مِنَ الْحَيَاءِ سَقِيمًا⁸³

“Kıyafeti yırtılmıştı üstünden. Sanırsın ki evlerin arasında utancından hasta gibi (dolaşır).”

İbn Hicce el-Hamevî (öl. 837/1434), bu şiiri izah ederken şunları ifade etmektedir: “Cömertlikte o kadar ileriye ki, kendisinden hediye almak için etrafında kalabalık oluşturdıklarından kendi kıyafeti pejmürde kalmıştır.”⁸⁴ Buradan da anlaşıldığı üzere şiirde nitelendirilen hanımın aşırı cömertliği kinaye yoluyla mübalağa yapılarak ifade edilmiştir.

Yine Emevi dönemi şairlerinden Ömer b. Ebî Rebîa’ (ö. 93/711-12) şiirlerinde kinayede mübalağa sanatına yer vermiştir. Mesela, onun şiirinde geçen “بعيدة مهوى : القُرط : “Küpesi uzun” ifadesi boynunun uzunluğundan mübalağa yoluyla kinayedir. Beytin tamamı şu şekildedir:

⁸⁰ el-Cürcânî, *Delâilü 'l-i 'câz*, 71.

⁸¹ el-Mâide 5/64.

⁸² Bedrüddîn Muhammed b. Abdullah ez-Zerkeşi, *el-Burhân fî 'ulûmi'l-kur'ân*, thk. Muhammed Ebu'l-Fazl İbrahim, (Kahire: Mektebetü Dâri't-Türâs, 1404/1984), 2/308.

⁸³ Leylâ el-Ahyeliyye, *Dîvânü leylâ el-ahyeliyye*, thk. Halil İbrahim Atiyye-Celil Atiyye, (Bağdâd: Dâru'l-Cumhûriyye, 1386/1967), 110.

⁸⁴ İbn Hicce el-Hamevî, *Hizânetü 'l-edebe ve ğâyetü 'l-ereb*, (Beyrut: Mektebetü'l-Hilâl, 1986), 2/263.

بَعِيدَةُ مَهْوَى الْقِرْطِ إِمَّا لِنَوْفَلٍ أَبُوهَا وَإِمَّا عَبْدُ شَمْسٍ وَهَاشِمٍ⁸⁵

“Küpesi (omuzundan) uzaktır. Ya Nevfel’dir atası, ya Abdu’s-şems’tir ya da Hâşim’dir.”

Kudâme b. Ca’fer (337/948), bu şiir hakkında şunları ifade etmektedir: “Şair boynunun uzunluğunu nitelemek istemiştir. Ancak bunu lafz-ı hassıyla zikretmek yerine boynunun uzunluğu ifadesine tabi olan başka bir mana olan *بُعْدُ مَهْوَى الْقِرْطِ* yani küpenin uzaklığı ifadesi ile söylemiştir.”⁸⁶

Aynı şiir hakkında Ebû Hilâl el-‘Askerî (öl. 400/1009) de şöyle demiştir: “Boynunun uzunluğunu vassfetmek istemiştir. Bu yüzden bu anlama delalet eden *بعد مهوى القيرط*: ‘Küpenin uzaklığı’ ifadesini kullanmıştır. Küpenin (omuzlara) uzaklığı, uzun boyun anlamına tabidir.”⁸⁷

Yukarıda geçen şiirin siyakı incelendiğinde şairin kinayede mübalağa sanatını yaygın bir biçimde kullandığını görmek mümkündür. Misal olarak verilen deyimim daha iyi anlaşılması hem de konuya örnek teşkil etmesi açısından şiirin tamamını burada zikretmekte fayda mülâhaza edilmektedir.

رَأَيْتُ بَجْنُبَ الْخَيْفِ هُنْدًا فَرَاقَنِي لَهَا جِيدُ رَيْمٍ زَيْنَتْهُ الصَّرَائِمُ

“Tepenin yanında Hint gördüm, bana kendini sevdirdi. İple süslenmiş bembeyaz bir boynu vardı.

وَدُوْ أُشْرِ عَذْبٌ كَأَنَّ نَبَاتَهُ جَنَى أَفْحَوَانٍ نَبَتْهُ مُتَنَاعِمُ

Tatlı bir diş kaplaması vardı, sanki bitkisi taze kopardığım bir papatya gibi.

وَلِي نَظَرٌ لَوْلَا التَّحَرُّجُ غَارِمُ نَظَرْتُ إِلَيْهَا بِالْمُحَصَّبِ مِنْ مَنِي

Mina’daki Muhassab’dan ona bir baktım. Bir bakışım vardı ki utanmasam haşin görünecek

فَقُلْتُ أَشَّمْسٌ أَمْ مَصَابِيحُ بَيْعَةٍ بَدَتْ لَكَ تَحْتَ السَّجْفِ أَمْ أَنْتَ حَالِمُ

Dedim ki bu güneş mi yoksa bir kandil mi? Sana örtü altında görünen yoksa hayal mi görüyorsun?

مُهَفِّفَةٌ غَرَاءُ صِفَرٍ وَشَاخَهَا وَفِي الْمِرْطِ مِنْهَا أَهْيَلُ مَنَرَاكُمُ

İnce belli, asil, altın sarısı kuşağı, O salınan önlüğü biriken bir heyelan mıdır?

⁸⁵ Ömer b. Ebî Rebîa, *Dîvânü ‘Omer b. ebî rebîa*, şrh. Fâyiz Muhammed, (Beyrut: Dârü’l-Kitâbi’l-‘Arabî, 1416/1996), 336.

⁸⁶ Kudâme b. Ca’fer, *Nakdu’s-şi-r*, 157.

⁸⁷ el-‘Askerî, *Kitâbü’s-sinâ’ateyn*, 352.

بَعِيدُهُ مَهْوَى الْقَرِطِ إِمَّا لِنَوْفَلٍ أَبُوهَا وَإِمَّا عَبْدُ شَمْسٍ وَهَاشِمٍ

Küpesi omuzundan uzaktır. Ya Nevfel'dir atası, ya Abdu's-şems'tir ya da Hâşim'dir.

وَمَدَّ عَلَيْهَا السَّجْفَ يَوْمَ لَقِيَتْهَا عَلَى عَجَلٍ تُبَاغُهَا وَالْحَوَادِمُ

Onu gördüğüm gün örtü serildi üzerine. Aceleyle, yanındaki hizmetçiler tarafından.

فَلَمْ أَسْتَطِعْهَا غَيْرَ أَنْ قَدْ بَدَأَ لَنَا عَشِيَّةَ رَاحَتٍ كَفُّهَا وَالْمَعَاصِمُ

Ona güç yetiremedimse de göründü bana, akşam vakti giden avucu ve bilekleri.

مَعَاصِمُ لَمْ تَضْرِبْ عَلَى الْبُهِمِ بِالضُّحَى عَصَاهَا وَوَجْهَهُ لَمْ تَلْحُهُ السَّمَائِمُ⁸⁸

Zifiri karanlığa değmemiş bilekler, kuşluk vaktinde kalkmamış. Öyle bir yüz ki rüzgâr görmemiş.”

Arap şiirinde kadın kutsal, bereketli ve geniş bir dünyadır. Şair, şiirinde söz konusu kadın için gerçek varlıktan farklı bir varlık tasvir etmektedir. Şair onu kutsal bir konumda görmektedir. Dikkatleri kadının boynuna celbetmektedir. Bu, sadece güzel bir kadının boynu değil, aynı zamanda cahiliye döneminde Arap şiirinde insanların kutsal saydıkları yüce bir varlık konumuna yükseltilmiştir.⁸⁹

Şiirde dikkat çeken başka bir unsur da kadının ağızıdır. Bu ağız sadece güzel kokulu ve güzel dişleri olan bir ağız değil, aynı zamanda cömertliğin ve bereketin sembolü haline gelmiştir.

Şair, Arap şiirinde kutsal atfedilen bu varlığa zaman ve mekânda bir kutsallık kazandırarak söz konusu kadının ihtişamı ve heybetiyle bağlantı kurmuştur. Bu varlık, şairin duyusallığını etkilemiş ve şiirde bahsedilen haşin bakış ortaya çıkmıştır. Ardından kendisinin kadını yükselttiği bu kutsal konumdan dolayı şair kendi konumunu takdir etmekte aciz kalmıştır. Acaba kendisi o kadına bakarken gerçekçi bir konumda mıdır yoksa hayal dünyasında mıdır? Bunu aşağıdaki beyitlerden anlamak mümkündür.

نَظَرْتُ إِلَيْهَا بِالْمَحْصَبِ مِنْ مَنَى وَلِي نَظَرُ لَوْلَا التَّحَرُّجُ عَارِمُ

“Mina’daki Muhassab’dan ona bir baktım. Bir bakışım vardı ki utanmasam haşin görünecek.

⁸⁸ Ömer b. Ebî Rebîa, *Dîvânü ‘Omer b. ebî rebîa*, 336.

⁸⁹ el-Kureşî, *el-Mûbâlağa fî belâğati ‘l-‘arabiyye târihuha ve suveruha*, 206-207.

فَقُلْتُ أَشَّمْسٌ أَمْ مَصَابِيحُ بَيْعَةٍ بَدَتْ لَكَ تَحْتَ السَّجْفِ أَمْ أَنْتَ حَالِمٌ⁹⁰

Dedim ki bu güneş mi yoksa bir kandil mi? Sana örtü altında görünen yoksa hayal mi görüyorsun?”

Eğer şairin kadını ışık ve aydınlık noktasında güneşe veya kandile benzettiği söylenirse kadını yükselttiği bu kutsal dünyayı görmek mümkün olmaz. Yine kadını gerçek varlığından ayıran ve onu bu kutsal dünyaya iten şüphe alameti “أم” harfini görmezden gelinmiş olur. Bunlar şairin iç sıkıntılarını ve söz konusu dünyayı tasvir ederken içine düştüğü hayreti göstermektedir. Zira o, bir yandan çekindiği bu haşin bakışının, diğer yandan da kadının sahip olduğu ihtişamın ve kadının nesebinden ileri gelen heybetin gerçekliği arasında kalmıştır.

بَعِيدَةٌ مَهْوًى الْقُرْطِ إِمَّا لِلنَّوْفَلِ أَبُوهَا وَإِمَّا عَبْدُ شَمْسٍ وَهَاشِمٌ⁹¹

“Küpesi omuzundan uzaktır. Ya Nevfel’dir atası, ya Abdu’ş-şems’tir ya da Hâşim’dir.”

Eğer الْفُرْطِ مَهْوًى ifadesindeki kinayeyi boynunun uzunluğuna delalet etmesi ile sınırlandırılırsa lafızların delaletini ve bağlam içinde kazandığı canlılık gözden kaçırılır.

Buradaki بعيد, القرط lafızlarının yanında نوفل, نوافل ve عبد شمس, هاشم lafızları da yer almaktadır. Bu isimlerin hepsi kadının şerefine ve itibarına işaret etmektedir. Zira عبد شمس, هاشم isimlerinin asil bir soya işaret eden bir boyutu söz konusudur. Kulağındaki küpe de onu yüksek bir konuma oturtmakta ve şairin işaret ettiği üzere onun soy anlamında yüksekliğini ve heybetini ifade etmektedir.

Şair, kadına başı yüksekte olan ve boynu uzun olan bir varlık takdir etmiştir. Zira o, emrine uyulan ve hizmet edilen biridir. Şair de bu saygınlık, heybet ve güzellik alametlerinden dolayı bakışlarını gizlemiştir. Onun yüzüne baktığı sırada bir hayal gibi geçmesi sebebiyle de ona dikkatle bakamamıştır.⁹²

Şiirde yer alan kinaye lafızları bağlamı içerisinde dikkatle tahlil edildiğinde bu lafızların kinayeye yeni bir canlılık kazandırdığını görmek mümkündür. Ancak lafızlar içinde bulundukları bağlamdan koparıldığında veya ayrı ayrı ele alınıp tahlil edildiğinde istenilen anlamı vermediği gibi kinayeye kazandırdığı canlılık da kaybolacaktır.

⁹⁰ Ömer b. Ebî Rebîa, *Dîvânü 'Omer b. ebî rebîa*, 336.

⁹¹ Ömer b. Ebî Rebîa, *Dîvânü 'Omer b. ebî rebîa*, 336.

⁹² el-Kureşî, *el-Mübâlağa fî belâğatı l-'arabiyye târîhuha ve suveruhâ*, 207.

Sonuç

İnsanın yaratılışı gereği karşısındakileri ikna etme, ona karşı etkili, çarpıcı, abartılı ve akıcı bir şekilde duygu ve düşüncelerini muhataba ifade etme arzusu, bir takım söz sanatlarının ve edebi türlerin ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Bu söz sanatları içerisinde yer alanlardan biri de mübalağadır.

Sözlükte bir işe bütün gücünü ve çabasını harcamak, ileri gitmek ve büyütme anlamındaki mübalağa, söz ve edebi sanatlardaki hiciv, methiye, mizah ve tasvir gibi temalarda çok önemli konumdadır. İster şair ister edip olsun sanatkâr, olayları doğal boyutlarının dışında sunması nedeniyle hayal gücünü kullanarak okuyucunun heyecanına sebep olan şeyi ya doğrudan doğruya büyültür, küçültür veya ona uygun bir çağrışımında bulunarak mübalağa ile yapar. Neticede bir şeyin hakikatini veya olağanı sıra dışı yapma gayesiyle mübalağa her sanatkâr için vazgeçilmez bir unsurdur demek herhalde abartı olmaz.

Mübalağanın ilk tanımını nahiv alimleri yapmıştır. Daha sonra edebi bir terim olarak belâgat alimleri tarafından kullanılmış ve farklı tanımları yapılmıştır. Onlar, ilk başlarda ifrât fi'l-iğrâk, ifrât fi's-sıfat, gülûv, iğrâk ve ifrât gibi kelimelerini mübalağa ile aynı anlamda kullanmışlardır. Daha sonra manayı güzelleştiren edebi tür olarak kabul ettikleri mübalağayı tebliğ, iğrâk ve gülûv olarak üçe ayırmışlar ve bu terime son şeklini vermişlerdir.

Beyân ilminde teşbih, murad edilen manayı tasvir ve tahayyül yoluyla dinleyicinin gözünde canlandırmak, duyu organları ile algılanmayanı algılanır hale getirmek, anormali olağan hale getirmek, güçlü olmayan sıfatları güçlü hale getirmek ve sezgiyle bilinmeyi sezgiyle bilinir hale getirmek gibi maksatlarla kullanılır. Teşbihin bu gayelerinin gerçekleşmesinde mübalağa sanatının etkisi yadsınamaz bir gerçektir. Başta Abdülkâhir el-Cürcânî olmak üzere teşbihi, mübalağanın çeşitlerinden biri olarak kabul eden alimler, herhangi bir nitelikte mübalağa vasıtasıyla müşebbeh (benzeyen) ile müşebbehün bihin (benzetilen) arasında fark olmadığını, ikisinin neredeyse birbirinin aynısı olduğunu ortaya koymuşlardır.

Ayrıca teşbihi mübalağa açısından güçlü veya zayıf olmasına göre sınıflandıran belâgat alimleri, teşbihi sekiz kısma ayırmışlar ve sadece müşebbehün bihin zikredildiği kısım olan teşbih-i belîği mübalağa açısından en makbul teşbih çeşidi olarak kabul etmişlerdir.

Bir amaç için ibareyi dildeki asıl kullanıldığı yerden başka bir yere taşımaktır diye tanımlanan istiare ile mücerret şeyler, duygu ve düşünceler somutlaştırılabilme, Cansız varlıklar kişileştirme ve konuşturma, lafızların manaları zenginleştirilerek lafza icâz güzelliği katma ve muhatabın tasavvur ve tahayyül dünyasını zenginleştirmek mümkün hale gelir. Ayrıca istiare ile manayı şerh etme, manayı daha da açık hale getirme, mübalağa ile birlikte manayı

pekiştirme, az bir lafızla çok manaya işaret etme, mananın açığa çıktığı yeri güzelleştirmek de imkân dahilindedir. Ama bunlar içerisinde istiaredede mübalağa yaparak manayı teyit etmek ön plana çıkmaktadır. Hatta istiarenin tek amacının mübalağa olduğu görüşü dikkate alınırsa istiarenin mübalağa sanatıyla eşdeğer bir pozisyonda olduğu da söylenebilir.

Mütekellimin anlatmak istediği manayı sözlükte onun için belirlenmiş olan lafızla değil de varlığı ona bağlı olan başka bir mana yardımıyla ifade etmesi ve ikincisini birincisine delil kılması şeklinde tanımlanan kinaye ile hicap, zerafet, edep, dinleyen veya okuyan üzerinde uyanması istenmeyen tesir mümkündür. Bu açıdan kinaye cümlenin veya ifadenin dış manasını değil iç manasını kastetmektir. Bir nevi kinaye iki manalı söz söylemektir diye de söylenebilir.

Kinayeli anlatımın kinavesiz anlatımdan, imalı anlatımın imasız anlatımdan daha etkili olduğu ve mecazın gerçek anlatımdan daha etkilidir. Yani kinayeli anlatım kinavesiz anlatımdan daha etkileyicidir demek, mananın özünde bir artış olduğu anlamında değil ifade tarzının daha etkili ve güçlü olduğu şeklinde izah edilebilir. Nitekim kinayeli anlatımda mübalağa sanatının varlığı ifade tarzını daha etkili, vurgulu ve belîğ kılmaktadır. Aslında işin özü mütekellimin haberini vermek istediği mananın zatında değil ispat ve ikrar tarzındadır sonucuna ulaşılabilir.

Hülasa, beyan ilminde mübalağa sanatı, bir sözü farklı şekillerde ifade etme yöntemleri olan teşbih, istiare ve kinayede on derece önemli bir sanattır. Bu sanat olmadan ifade edilen söz yalın, basit, sade ve muhatap nezdinde hiçbir tesir bırakmamaktadır. Yukarıda izah edilmeye çalışılan amaçlar doğrultunda etkili ve belîğ konuşmada mübalağa sanatının vazgeçilmez bir rolünün olduğunu ifade etmek herhalde abartılı bir ifade olmaz diye düşünülebilir.

Kaynakça

- Abbâs, Fadl Hasan. *el-Belâğâ funûnuhâ ve efnânuhâ 'ilmü'l-beyân ve'l-bedî'*. Ammân: Dâru'n-Nefâis, 1429/2009.
- Abdullah b. Mu'tez, *Kitâbu'l-bedî'*. Beyrut: Dâru'l-Ceyl: 1410/1991.
- Accâc, Ebü's-Şa'sâ' Abdullâh b. Rü'be. *Dîvâvü'l'-accâc*, thk. İzzet Hasan. Beyrut: Dâru's-Şarki'l-'Arabî, 1417/1995.
- el-Ahyeliyye, Leylâ. *Dîvânü leylâ el-ahyeliyye*. thk. Halil İbrahim Atiyye-Celil Atiyye. Bağdâd: Dâru'l-Cumhûriyye, 1386/1967.
- 'Allân, İbrahim Mahmud. *el-Bedî' fî'l-kur'ânî envâ'uhû ve vezâîfuhû*. Şârika: İsdârâtü Dâireti's-Sekâfeti ve'l-İ'lâm, 2002.
- el-'Alevî, Yahyâ b. Hamza. *et-Tirâz li esrâri'l-belâğati ve 'ulûmi hakâiki'l-i'câz*. Beyrut: Mektebetü'l-'Unsuriyye, 1423.
- el-Âmidî, Ebu'l-Kâsım Hasan b. Bîşr. *el-Muvâzene beyne şî'ri ebî temmâm ve'l-buhturî*, thk. Seyyid Ahmet Sakar. Kahire: Mektebetü'l-Hanecî, 1994.
- el-'Askerî, Ebû Hilâl Hasan b. Abdillâh b. Sehl. *Kitâbü's-sinâ'ateyn*, thk. Ali Muhammed el-Bicâvî-Muhammed Ebu'l-Fadl İbrahim. Kahire: Dâru İhyâi'l-Kütübi'l-'Arabiyye, 1371/1952.
- 'Atîk, 'Abdulâziz. *İlmü'l-me'ânî, el-beyân, el-bedî'*. Beyrut: Dâru'n-Nehzeti'l-'Arabiyye, ts.
- 'Ayt, Recâ. *Felsefetü'l-belâğati beyne't-takniyeti ve't-tadavvur*. İskenderiye: Menşee'tü'l-Me'ârif, ts.
- el-Bağdâdî, Abdulkâdir b. 'Omer. *Hizânetü'l-edeb ve lübbü lübâb-i lisân'l-'arab*. 'Abdusselâm Muhammed Hârûn. Kahire: Mektebetü'l-Hâne'cî, 1418/1998.
- Bedrüddin b. Mâlik. *el-Misbâh fî'l-me'ânî ve'l-beyân ve'l-bedî'*. thk. Abdulcelil Yûsuf. Mektebetü'l-Âdâb, ts.
- Bilgegil, M. Kaya. *Edebiyat Bilgi ve Teorileri*. Erzurum: Salkımsöğüt Yayınevi, 2015.
- Bulut, Ali. *Belâgat Meânî -Beyân-Bedî'*. İstanbul: Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Vakfı Yayınları. 2014.
- el-Câhız, Ebû Osman Ömer b. Bahr. *el-Beyân ve't-tebyîn*. thk. Abdusselâm Harun. Kahire: Mektebetü'l-Hâne'cî, ts.
- el-Câhız, Ebû Osman Ömer b. Bahr. *el-Hayevân*. thk. Abdusselâm Harun. Kahire: Mektebetü'l-Hâne'cî, 1984/1965.
- el-Cevherî, İsmâ'îl b. Hammâd. *es-Sıhah*. thk. Ahmed Abdulğafûr 'Attâr. Beyrut: Dâru'l-'İlmi li'l-Melâyîn, 1984.
- Coşkun, Menderes. *Sözün Büyüsü Edebi Sanatlar*. İstanbul: Dergâh Yayınları, 2014.
- el-Cürcânî, Abdulkâhir. *Delâilü'l-i'câz*. thk. Mahmud Muhammed şâkir. Kahire: Matba'atü'l-Medenî, 1413/1992.

- el-Cürcânî, Abdulkâhir. *Esrârü'l-belâğa*. thk. Mahmud Muhammed Şakir. Cidde: Dârü'l-Medenî, ts.
- el-Cürcânî, Seyyid Şerîf. *et-Ta'rifât*. thk. İbrahim el-Ebyârî. Dâru'r-Reyyân. ts.
- el-Cürcânî, er-Rummânî, el-Hattâbî. *Selâsü resâil fî i'câzi'l-kur'ân*. thk. Muhammed Halefullâh Ahmed-Muhammed Zağlûl Selâm. Kahire: Dâru'l-Me'ârif, 1976.
- Dilçin, Cem. *Örneklerle Türk Şiir Bilgisi*. Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları, 2019.
- Durmuş, İsmail. "Mübalağa". *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi*. 31/424-426. Ankara: TDV Yayınları, 2020.
- İnbü'l-Esîr, Ebu'l-feth Ziyâüddîn. *el-Meselü's-sâir fî'l-edebi'l-kâtibi ve's-şâ'ir*. thk. Muhammed Muhyiddin 'Abdülhamid. Beyrut: el-Mektebetü'l-'Asriyye, 1431.
- el-Ferâhidî, Halil b. Ahmed. *Kitâbu'l-'ayn*. thk. 'Abdulhamîd Hindâvî. Beyrut: Dâru'l-Kütübi'l-'İlmiyye, 2003.
- Ferrûh, Ömer. *Târîhu'l-edebi'l-'arabî*. Beyrut: Dâru'l-'İlmi'l-Melâyîn, 1981.
- el-Fîrûzâbâdî. *el-Kâmûsu'l-muhît*. thk. Mektebetu Tahkîki't-Turâs fî Mu'esseseti'r-Risâle, Beyrut: Mu'essesetu'r-Risâle, 2005.
- el-Hamevî, İbn Hicce. *Hizânetü'l-edeb ve ğâyetü'l-ereb*. Beyrut: Mektebetü'l-Hilâl, 1986.
- el-Hâsimî, Seyyid Ahmed. *Cevâhiru'l-belâğa*. Beyrut: el-Mektebetü'l-'Asriyye, ts.
- el-İsfahânî, Râgıb. *el-Müfredât fî ğarîbi'l-kur'ân*. Mekke: Mektebetü Nezar Mustafa el-Bâz, ts.
- el-Kayrevânî, İbn Reşîk. *el-'Umde fî mehâsini's-şi'ri ve âdâbihî ve nakdih*. thk. Muhammed Muhyiddîn 'Abdülhamîd. Beyrut: Dâru'l-Ceyl, 1401/1981.
- el-Kazvînî, Hatîb. *el-İzâh fî 'ulûmi'l-belâğa*. Beyrut: Dâru'l-Kütübi'l-'İlmiyye, ts.
- Kudâme b. Ca'fer. *Nakdu's-şi'r*. thk. Muhammed Abdu'l-mün'im el-Hafâcî. Beyrut: Dâru'l-Kütübi'l-'İlmiyye, ts.
- Kudâme b. Ca'fer. *Nakdu'n-nesr*. thk. Abdu'l-mün'im el-Hafâcî. Beyrut: Dâru'l-Kütübi'l-'ilmiyye, ts.
- İbn Kuteybe, Ebû Muhammed Abdullah b. Müslim. *Te'vilü müşkili'l-kur'ân*. şrh. Seyyid Ahmed Sakr. Kahire: Dâru't-Turâs, 1393/1973.
- İbn Kuteybe, Ebû Muhammed Abdullah b. Müslim. *eş-Şi'r ve's-şu'arâ*. Beyrut: Dâru İhyâi'l-'Ulûm, 1408/1986.
- el-Kureşî, Ali Sirhân. *el-Mübalağa fî belâğati'l-'arabiyye târîhuhâ ve suveruhâ*. Tâif: Matbû'atu Nâdî't-Tâifi'l-Edebî, 1406/1985.

- Külekçi, Numan. *Açıklamalar ve Örneklerle Edebi Sanatlar*. Ankara: Akçağ yayınları, 2022.
- İbn Manzûr. *Lisânu'l- 'arab*. thk. 'Abdullâh 'Aliyyu'l-Kebîr-Muhammed Ahmed Hasbullâh- Hâşim Muhammed eş-Şâzeli. Kahire: Dâru'l-Me'ârif, ts.
- el-Müberra, Ebu'l'Abbâs. Muhammed b. Yezîd. *el-Kâmil fi'l-luğati ve'l-edeb*. thk. Muhammed Ebu'l-Fadl İbrahim. Kahire: Dâru'l-Fikri'l-'Arabî, 1418/1997.
- el-Merâgî, Ahmed Mustafa. *'Ulûmü'l-belâğa*. Beyrut: Dâru'l-Kütübî'l-'İlmiyye, 1414/1993.
- el-Meydânî, Abdurrahman Hasan Habenke. *el-Belâğatü'l-'arabiyye üsüsühâ ve 'ulûmühâ ve fûnûnühâ*. Beyrut: Dârü'l-Kalem, 1416/1996.
- el-Mısri, İbn Ebi'l-İsba. *Tahrîru't-tahbîr*, thk. H. Muhammed Şeref.
- Ömer b. Ebî Rebîa. *Dîvânü 'Omer b. ebî rebîa*. şrh. Fâyiz Muhammed. Beyrut: Dârü'l-Kitâbi'l-'Arabî, 1416/1996.
- er-Rummânî, Ali b. İsa. *Selâsü resâil fi i'câzi'l-kur'an*. thk. Muhammed Halefullâh Ahmed-Muhammed Zağlûl Selâm. Kâhire: Dâru'l-Me'ârif, ts.
- es-Sa'idî, 'Abdü'l-Müte'âl. *Buğyetü'l-izâh litelhîsi'l-miftâh fi 'ulûmi'l-belâğa*. Mektebetü'l-âdâb, 1426/2005.
- Sa'leb, Ebû'l-'Abbâs Ahmed b. Yahyâ. *Kavâ'idü's-şî'r*. thk. Ramazan Abdüttevab. Kahire: Mektebetü'l-Hâneci, 1995.
- Saraç, M. A. Yekta. *Klasik Edebiyat Bilgisi Belâgat*. İstanbul: Gökkuş Yayınları, 2015.
- es-Se'âlibî, Ebû Mansûr. *Ebu't-Tayyib el-Mütenebbî vemâ lehû vemâ 'aleyh*. thk. Muhammed Muhyiddîn Abdülhamîd. Kahire: Mektebetü'l-Hüseynî't-Ticâriyye, 1432.
- es-Sekkâki, Ebû Ya'kûb. *Miftâhu'l-'ulûm*. thk. Na'im Zurrûr. Beyrut: Dârü'l-Kütübî'l-'İlmiyye, 1408/1987.
- es-Sendûbî, Hasan. *Şerhu dîvânî imrii'l-kays*. Kahire: Matba'atü'l-İstikâme, 1373/1953.
- es-Sibeveyhi, Ebû Bişr 'omer b. Osman b. Kanber. *el-Kitâb kitâbu sibeveyhi*. thk. Abdusselâm Hârûn. Kahire: Mektebetü'l-Hâneci, 1402/1982.
- Tabâne, Bedevî. *Mu'cemu'l-belâğati'l-'arabiyye*. Riyad: Dâru'r-Rifâi, 1408/1988.
- Tarlan, Ali Nihat. *Edebiyat Meseleleri*. Ankara: Akçağ Yayınları, 2021.
- et-Teftâzânî, Sa'duddin Mes'ûd b. Ömer. *el-Mutavvel şerhu telhîsi'l-miftâhi'l-ulûm*. thk. Abdülhamid Hindâvî. Beyrut: Dâru'l-Kütübî'l-'ilmiyye, 1971.
- Uşûr, Câbir. *es-Sûretü'l-fenniyye fi't-turâsi'n-nakdî ve'l-belâgî 'inde'l-'arab*. Beyrut: el-Merkezu's-Sekâfi'l-'Arabî, 1992.

- ez-Zebîdî. *Tâcu'l-'arûs*. thk. 'Abdussettâr Ahmed Ferrâc ve dğr. Kuveyt: Matba'atu Hukûmeti'l-Kuveyt, 1965.
- ez-Zerkeşî, Bedrüddîn Muhammed b. Abdullah. *el-Burhân fî 'ulûmi'l-kur'ân*. thk. Muhammed Ebu'l-Fazl İbrahim. Kahire: Mektebetü Dâri't-Türâs, 1404/1984.
- ez-Zeyyât, Ahmet Hasan. *Târîhu'l-edebi'l-'arabî*. Beyrut: Dâru'l-Ma'rife, 1413/1993.

82. Bölüm

Celâleddîn es-Suyûtî'nin Hayatı, Eserleri ve Belâgat İlmini Tedvininde Yararlandığı Kaynaklar

Zafer AKYÜZ¹

¹ Dr., Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi, İlahiyat Fakültesi, Temel İslam Bilimleri Bölümü, Arap Dili ve Belâgati Anabilim Dalı Öğretim Üyesi, zafer.akyuz@erzincan.edu.tr, orcid.org/0000-0002-7336-1996.

Öz

Memlük Devletinin son döneminde yaşamış Mısırlı âlim Celâleddin es-Süyûtî, İslam dünyasının ve devrinin önde gelen âlimlerinden birisidir. Âlim bir aileden gelmiş, gözlerini ilim meclislerinde açmış, devrin önemli ilim adamlarından dersler almıştır. Tefsir, hadis, fıkıh gibi dinî ilimlerin yanı sıra tarih, tıp, dil ve edebiyat gibi birçok alanda eserler vermiştir. İslâm düşünce ve ilim tarihinin hiç şüphesiz en velûd ilim adamlarından bir tanesidir. Yazdığı eserlerin sayısının bini geçtiğini düşünenler bile mevcuttur.

Bu araştırma, bir müfessir ve hadis âlimi olduğu kadar aynı zamanda Arap Dili ve belagati metodolojisine ait başlı başına bir eser telif edecek kadar güçlü bir dilci ve belâgatçi olarak karşımıza çıkan Suyûtî'nin hayatı, yaşadığı dönemdeki siyasi ve ilmi çevre, eserleri, belagat alanındaki çalışmaları ile belagat ilmini tedvin ederken istifade ettiği alimler ve onların eserlerini araştırmayı, güçlü ve zayıf yönlerini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bu araştırmada anlatım, araştırma, analiz ve sentez yöntemleri kullanılarak konu irdelenmeye çalışılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Arap Dili ve Belâgati, Celâleddîn es-Suyûtî, Hayatı, Eserleri, Belâgat ilmini Tedvin, Yararlanılan Kaynaklar

The Life of Jalaluddin al-Suyuti, His Works, and the Sources Used in Developing Rhetoric Science

Abstract

Jalaluddin al-Suyuti, an Egyptian scholar who lived during the final period of the Mamluk Empire, is one of the leading scholars of the Islamic world and his era. Born into a scholarly family, he grew up in the circles of learning, receiving instruction from prominent scholars of his time. In addition to religious sciences such as Tafsir (Quranic exegesis), Hadith (Prophetic traditions), and Fiqh (Islamic jurisprudence), he produced works in various fields like history, medicine, language, and literature. Undoubtedly, he stands as one of the most prolific scholars in the history of Islamic thought and knowledge, with some estimating his authored works to surpass a thousand.

This research aims to explore the life of Jalaluddin al-Suyuti, who was not only a commentator and Hadith scholar but also an adept linguist and rhetorician, as evidenced by his independent work on the Arabic language and its rhetoric. The study delves into his life, the political and intellectual milieu of his time, his works, his contributions to the field of rhetoric, and the scholars and their works he drew upon while developing the science of rhetoric. The research employs narrative, investigative, analytical, and synthesis methods to comprehensively examine the subject.

Keywords: Arabic Language and Rhetoric, Jalaluddin al-Suyuti, Life, Works, Development of Rhetoric Science, Utilized Sources

Giriş

Celâleddîn es-Suyûtî, beşerî bilimlerin farklı alanlarında telif ettiği kitaplar ve başvuru kaynaklarıyla Arap irfanının yeniden inşasına katkıda bulunan az sayıda bilginden biri olarak kabul edilmektedir. Telif ettiği eserler, okuyucunun bilgi haznesini zenginleştiren ve onu ilimde derinleştiren bir irfan kütüphanesi işlevi görmektedir.

Eserlerinde Arap dili belagati geniş bir yer bulmuştur. Bu bağlamda Uķûdü'l-cümân ve şerhi, Bedî'iyye, Cene'l-cinâs ve İtmâmü'd-dirâye'nin yanında Kur'ân-ı Kerîm'in i'câzı ve Kur'ân ilimleri bağlamında belagati ele aldığı el-İtkân fî 'ulûmî'l-kur'ân gibi özellikle belagate tahsis ettiği kitapları mevcuttur.

Belâgat ilmini tedvininde Ebû Ya'kûb es-Sekkâkî (öl. 626/1229), Hatîb el-Kazvîni (ö. 739/1338), Bahâddîn es-Sübkî (ö. 773/1372), Sa'deddîn et-Teftâzânî (ö. 792/1390), Bedreddîn ez-Zerkeşî (ö. 794/1392) ve İbn Hicce el-Hamevî (ö. 837/1434) gibi önemli alimlerin eserlerinden istifade etmiştir.

Bu araştırma Suyûtî'nin hayatı, yaşadığı dönemdeki siyasi ve ilmi çevre, eserleri, belagat alanındaki çalışmaları ile belagat ilmini tedvin ederken istifade ettiği alimler ve onların eserlerini araştırmayı, güçlü ve zayıf yönlerini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bu araştırmada anlatım, araştırma, analiz ve sentez yöntemleri kullanılarak konu irdelenmeye çalışılacaktır.

1. Hayatı

Ebû'l-Fadl Celâleddîn Abdurrahman b. Ebî Bekr b. Muhammed es-Suyûtî, 1 Receb 849'da (3 Ekim 1445) yılında Kahire'de doğmuştur.¹ Ataları Orta Mısır'daki Asyût'ta yaşadığı için Süyûtî, büyük dedelerinden biri Asyût'a gelmeden önce Bağdat'ın Hudayriye mahallesinde bulunduğundan Hudayrî nisbeleriyle anılır.² es-Suyûtî doğduğunda Babası Kemâleddîn Ebû Bekr'in kırk elli yaşlarında olduğu tahmin edilmektedir. Annesi hakkında kaynaklarda fazla bilgi olmayan es-Suyûtî'nin annesinin Türk veya Çerkez asıllı bir cariyeye olduğu ve kendisi vefat ettiğinde hala yaşadığı anlaşılmaktadır.³ Dedesi mutasavvıf,

¹ Necmüddîn Muhammed b. Muhammed el-Ğazzî, *el-Kevâkibu's-sâire bie'yâni'l-mieti'l-'âşire*, thk. Halil Mansûr, (Beyrut: Dârü'l-Kütübi'l-'İlmiyye, 1418/1997), 2/227-228; Ebu'l-Felâh İbn'ül-'İmâd el Hanbelî, *Şezerâtü'z-Zehab fî ahbârin min zehab*, thk. Mahmud Arnaûd ve diğ., (Beyrut: Dâru İbn-i Kesîr, 1406/1986), 11/74. Halit Özkan, "es-Suyûtî", *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi*, (İstanbul: TDV Yayınları, 2010), 38/188.

² Celâleddîn es-Suyûtî, *Hüsni'l-muhâzara fî târihi mısır ve'l-kâhire*, thk. Muhammed Ebu'l-Fadl İbrahim, (Mısır: Dâru İhyâi'l-Kütübi'l-'Arabiyye, 1387/1976), 1/336; Özkan, "es-Suyûtî", 38/188.

³ Erkan Göksu, "Celâleddîn es-Suyûtî ve Tarihçiliği", *Nüşa Dergisi* 25/2 (2007), 39; Özkan, "es-Suyûtî", 3/188.

babası da Kahire'de İbn Hacer el-Askalanî (ö. 852/1449) gibi alimlerden ders okumuş, vaizliğin yanı yanında Mısır Abbasi Halifesi Müstekfî-Billah'ın hususi imamlığını yapmış, bir dönem Kahire kadılığına vekalet etmiş, şerh, ta'lik ve haşiye türünden eserler yazmış bir alimdir.⁴ Bu nedenle Suyûti (ö. 911/1505), iyi bir aile ortamında yetişerek çok iyi bir eğitim almış ve ömrünü kitap okumaya ve kitap telif etmeye adanmıştır.

Suyûti'nin kıvrak zekâsı, babası tarafından değerlendirilmiş ve eğitimi ile bizzat ilgilenmiştir. Ailesinin ilime ve öğrenmeye yönlendirmesiyle ilmi hayata küçük yaşlarda başlamıştır. Babası onu sahih ilmi yönüne önem vererek yetiştirmeye gayret etmiştir. Çocuğunu Hafız İbn Hacer'in meclisi gibi o zamanın en büyük ilim meclislerine götürmüştür.⁵ Ancak bu durum uzun süre devam etmemiş, es-Suyûti henüz altı yaşında iken babası vefat etmiştir. Bunun üzerine onun eğitimini başta Kemâleddîn İbnü'l-Humâm el-Sivâsî (ö. 861/1457) ve hocası Celâleddîn el-Mahallî (ö. 864/1459) olmak üzere babasının dostları üstlenmiştir.⁶

Suyûti'nin zekâsı ve kavrama gücü, ilmi hızlı bir şekilde özümsemesine yardımcı olmuştur. Henüz sekiz yaşına gelmeden Kur'an-ı Kerîm'i hıfzetmiş, ardından el-'Umde, Minhâcu'n-nevevî, Elfiyyetu ibn mâlik ve Minhâcu'l-beydâvî'yi de ezberlemiştir. Bunu zamanın alimlerine arz etmiş ve onlardan icazet almıştır.⁷

Suyûti, 864/1460 yılında ilimle meşgul olmaya başlamıştır. 866/1462 yılında Arapça öğretimi icazetini almıştır. Bu da kendisinin ilim edinerek yetiştiğini göstermektedir. Nitekim bu sırada on yedi yaşındadır. Bu iki tarih arasında bir alimden fıkıh ve nahiv dersleri almıştır. 871/1467 yılından itibaren de fetva vermeye başlamış, 872/1468 yılında meşhur hadis alimi İbn Hacer'in vefatından sonra yirmi yıl kadar kesintiye uğradığını söylediği hadis imla meclislerini yeniden başlatmış ve kendisi de hadis imla etmiştir.⁸

Suyûti, yaşadığı çağdaki kültürel kaynakların çokluğundan dolayı dönemin önde gelen hocalarını yakinen takip etme imkânı bulmuştur. Onları şahsi olarak takip etmesinin yanı sıra çeşitli ilimleri de kendilerinden tahsil etmiş, araştırma ve tahkik çalışmalarına büyük önem vermiştir.⁹ Bunu şöyle açıklamıştır: “*Pek fazla rivayet dinlemedim. Çünkü ondan daha önemli olan dirayet okumasıyla*

⁴ el-Ğazzî, *el-Kevâkibu's-sâire bie'yâni'l-mietî'l-'âşire*, 2/227-228; el Hanbelî, *Şezerâtü'z-Zeheb fî ahbârin min zeheb*, 11/75; Halit Özkan, “*es-Suyûti*”, 38/188.

⁵ el-Ğazzî, *el-Kevâkibu's-sâire bie'yâni'l-mietî'l-'âşire*, 2/227-228; el Hanbelî, *Şezerâtü'z-Zeheb fî ahbârin min zeheb*, 11/75; Özkan, “*es-Suyûti*”, 38/188.

⁶ Göksu, “*Celâleddîn es-Suyûti ve Tarihçiliği*” 39; Özkan, “*es-Suyûti*”, 38/188.

⁷ es-Suyûti, *Hüsnü'l-muhâzara fî târihi mısır ve'l-kâhire*, 1/336; el-Ğazzî, *el-Kevâkibu's-sâire bie'yâni'l-mietî'l-'âşire*, 2/227-228; el Hanbelî, *Şezerâtü'z-Zeheb fî ahbârin min zeheb*, 11/75.

⁸ es-Suyûti, *Hüsnü'l-muhâzara fî târihi mısır ve'l-kâhire*, 1/338.

⁹ Adnân Mahmûd Selmân, *es-Suyûti'n-nahvî*, (Bağdâd: Dâru'r-Risâle, 1396/1976), 68-69.

meşguldüm.”¹⁰ İlim öğrenmek için yaptığı çok sayıda yolculukla da bunu pekiştirmiştir. Bu yolculuklar sırasında çok sayıda icazet ve beraat almıştır.¹¹

Suyûtî böylece belirli ilimlerde yetkinlik kazanmış ve bu yetkinlikler sayesinde eser telifi, yazım ve tasnif alanında özgürce tasarrufta bulunmuştur. On yedi yaşında bir gençken Şerhu’l-isti‘âzeti ve’l-besmele’yi kaleme almıştır. Bu yazısını hocası Alemüddîn el-Bulkînî’ye (ö. 868/1464) sunmuş ve o da bir takriz yazmıştır.¹² Beş yüzden fazla eser yazmıştır. Bu nedenle çoğu kişi onu bilgin, mütefekkir veya İslam mütefekkirlerinin başı olarak nitelendirmişlerdir. Gerçekten de Hicrî 9. ve 10. yüzyıllar arasındaki çağdaşları arasında oldukça ön plandadır. Zira kendisinin de bahsettiği üzere kültürel çeşitliliği, kitaplarının bolluğu, eserlerindeki içeriğin kıymeti ve ilgilendiği ilimlerdeki derinliği bunu göstermektedir.¹³

Suyûtî’nin hususiyetleri yalnızca ilmi ve fikri yetenekleri ile sınırlı değildir. O, kırk yaşından sonra insanlardan soyutlanıp kendini tamamen ibadete ve eser telife etmeğe adanmıştır. Yedi gün devam eden rahatsızlığı sonucu 911/1505 yılında vefat edene kadar bu hali devam etmiştir.¹⁴

2. Siyasi ve İlmî Çevre

Bir insanın içinde yaşadığı devirdeki siyasî durum, sosyal, ekonomik, ilmî yapı ve düşünce seviyesi, o kimsenin yetişmesi, ilmî, fikrî ve kültürel kişiliğinin oluşmasında ve yazdığı eserlerinde çok önemli etkileri vardır.¹⁵ Özellikle kendi çağlarında etkili rol üstlenen şahsiyetler için bu unsurların önemi çok daha büyüktür.

Memlûkler, Bahrî (Memâlikü’l-Bahriyye) ve Burcî (Memâlikü’l-Burciyye) olmak üzere iki ayrı saltanat halinde hüküm sürmüşlerdir.¹⁶ Suyûtî, hakimiyetin ve ordunun Burcî Memlûklerin (Memâlikü’l-Burciyye) elinde olduğu sırada Mısır’da doğmuş ve büyümüştür. Askeri ve zorba bir hüviyete sahip olan bu devletin tahtına on üç sultan oturmuştur. Ülkede bu sultanların hükmü süresince iç ve dış karışıklıklar, kargaşa ve kaos meydana gelmiştir. Suyûtî de bu dönemdeki kargaşalardan etkilenmiştir. 906/1501 yılında Sultan Tomanbay (ö. 923/1517) tahta geçince kendisini öldürmeyi planlamış ve bu nedenle

¹⁰ es-Suyûtî, *Hüsnü’l-muhâzara fî târihi mısır ve’l-kâhire*, 1/339.

¹¹ el Hanbelî, *Şezerâtü’z-zeheb fî ahbârin min zeheb*, 11/74-75.

¹² es-Suyûtî, *Hüsnü’l-muhâzara fî târihi mısır ve’l-kâhire*, 1/327.

¹³ es-Suyûtî, *Hüsnü’l-muhâzara fî târihi mısır ve’l-kâhire*, 1/388.

¹⁴ el Hanbelî, *Şezerâtü’z-zeheb fî ahbârin min zeheb*, 11/76.

¹⁵ Muhammet Çetkin, *Celâddin es-Suyûtî ve Arap Gramerindeki Yeri* (Erzurum: Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, 2014), 1.

¹⁶ İsmail Yiğit, “Memlûkler”, *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi*, (Ankara: TDV Yayınları, 2004), 29/90.

Tomanbay'ın saltanatı boyunca gözlerden uzak kalarak birkaç ay saklanmak zorunda kalmıştır.¹⁷

Ülkedeki kargaşaya rağmen Suyûti ile birlikte bir grup alim, bu dönemi ilmi açıdan verimli hale getirmişlerdir. Nitekim hilafetin başkenti olan Bağdat'ın düşmesi ve oradaki Arap mirasının tahrip edilmesinden sonra Mısır ulemanın buluşma noktası olmuş ve ilim öğrenmek için verimli bir saha haline gelmiştir. Memlûklü sultanları irfanı canlandırmak için uygun bir ortam oluşturmuş, ilim merkezleri gelişme imkânı bulmuş, kütüphaneler, medreseler, köprüler, kervansaraylar ve zaviyeler yaygınlaşmıştır. Sultanlar alimlere cömertçe bağışta bulunmaktan ve onlara hediyeler vermekten geri durmamış, dahası onları teşvik etmiştir. Dönemin alimlerinin geride bıraktığı kapsamlı çalışmaların da gösterdiği üzere bu teşvikler sonucunda Mısır, ilmi faaliyetin gerçekleşebilmesi için geniş bir saha haline gelmiştir. Kültürel düzeyi yüksek olan son dönem sultanlarının çoğu ilim adamlarına ve edebiyatçılara sevgi göstermiştir. Bu sultanlar aynı zamanda edebi eserler de vermişlerdir.¹⁸

Dönemin önde gelen ilim adamları Arap-İslam kültürüne büyük bir hizmet sunmayı başarmışlardır. Bu hizmet, iki önemli etkende kendini göstermektedir. Birincisi ilmi ve edebi mirasın korunması, ikincisi ise mevcut mirasın yenilenmesi ve geliştirilmesidir.¹⁹

Bu döneme ait eserlerin birçoğunun önceki kitapların yorumları, muhtasarları ve şerhleri olduğu da bir gerçektir. Dönemin müellifleri eserlerinde nakil ve derlemeye çokça başvurmuştur. Yine yazarlar arasında taklit olgusu yaygınlık kazanmış ve bu durum kendini kitapların adlandırılmasında dahi göstermiştir. Metinler, şerhler, tamamlamalar ve eserlere yapılan ilaveler de belirgin bir şekilde kendini göstermiştir. Bütün olumsuzluklara rağmen bu dönemde İslam dünyasına ilmi ve eserleriyle meşhur şöhret bulan alimler yetişmiş önemli eserler vermişlerdir. Bu dönemin önde gelen alimleri arasında Mukaddime'nin müellifi İbn Haldûn (ö. 808/1406), Kâmûsu'l-muhî'tin müellifi Fîrûzâbâdî (ö. 817/1415), Hayâtü'l-hayevân'ın müellifi ed-Demîrî (ö. 808/1405), el-Hıtatü'l-makrîziyye'nin müellifi Makrîzî (ö. 845/1442), Fethu'l-bârî'nin müellifi İbn Hacer (ö. 852/1449) ve Subhu'l-a'sâ'nın müellifi Kalkaşendî (ö. 821/1418) sayılabilir.²⁰

¹⁷ Tâhir Süleymân Hammûde, *Celâleddîn es-suyûtî 'asruhu ve hayâtühû ve âsâuhû ve cuhûduhu fi'd-dersi'l-luğavi*, (Beyrut: Mektebu'l-İslâmî, 1410/1989), 112-113; Halit Özkan, "es-Suyûtî", 38/189.

¹⁸ Selâm, *es-Suyûtî'n-nahvî*, 36-37.

¹⁹ Selâm, *es-Suyûtî'n-nahvî*, 36-37.

²⁰ Selâm, *es-Suyûtî'n-nahvî*, 36-39.

3. Eserleri

İlim ehli bir aile ve çevrede yetişen Suyûtî tefsir, hadis, fıkıh gibi dinî ilimlerin yanı sıra tarih, tıp, dil ve edebiyat gibi birçok alanda eser kaleme almış velûd bir şahsiyettir. En çok güçlük çektiği alanın ise aritmetik olduğunu belirterek bu konuda şunları ifade etmektedir: “*Aritmetik en zorlandığım ve anlamakta güçlük çektiğim şeydir. Aritmetikle ilgili bir meseleyle karşılaştığımda kendimi bir dağı aşmaya çalışıyormuş gibi hissederim.*”²¹ Suyûtî’nin eserleri arasında telif mahiyetinde eserler olduğu gibi derleme ve özetleme mahiyetinde eserler de bulunmaktadır. Suyûtî’nin eserleri değişik konulardaki görüşleri açısından önemli olduğu gibi, bazı eserleri kendinden önce telif edilmiş olan ve günümüze kadar gelememiş bulunan çeşitli kaynaklardan alıntılar içermesi bakımından önem arz etmektedir.²²

Suyûtî’nin eserleri ansiklopedik niteliğe sahiptir. Kendisi ulaştığı rivayet ve haberleri bir araya getirerek bunlardan uyumlu bir eser meydana getirme konusunda çok titiz davranmıştır.²³ Ayrıca verdiği eserlerle üzerine araştırma yaptığı ilmi disiplinleri bütünsel olarak içine alan kültürel bir okul meydana getirmeyi amaçlamıştır. Bu olgu çoğu eserinde gözlemlenmektedir. Kendisinin her bir eser mecmuası, küçüğünden büyüğüne tüm meselelerini ele aldığı bütüncül bir disiplini temsil etmektedir.²⁴

İslâm dünyasının çeşitli bölgelerinden mektupla gönderilen sorulara cevap yazması, katıldığı tartışmalara dair eserlerinin insanlar arasında merak uyandırması, hocası Kâfiyeci’nin (ö. 879/1474) onu her zaman kollaması ve Anadolu’ya giden talebelerinden eserlerini yanlarında götürmelerini istemesi, çeşitli ülkelerden gelenlerin onun yanında uzun süre kalıp eserlerini istinsah etmeleri, Suyûtî’nin eserlerinin yayılmasını sağlamıştır. Bu husus onun için aynı zamanda önemli bir geçim kaynağı olmuş, kitaplarından elde ettiği gelirle hem kendisi hem de kitaplarını istinsah eden öğrencileri geçimlerini sağlamıştır.²⁵

Yazdığı eserlerin okuyucularını sıkmamasına da dikkat eden Suyûtî bu durumu şu şekilde ifade etmektedir: “*O günlerde eser telif edenlerin ve bilgilerin hayatlarını ayrıntılı şekilde yazdım. Bir grup karışık tarih kitabı yazdı. Bundan dolayı kimse o eserlerden hakkıyla faydalanamadı. Çünkü bu uzun zaman gerektiriyor ve bıkkınlık veriyordu. Faydalanmak isteyen ve kolay öğrenmek için her grubu ayrı ayrı ele aldım ve her biri hakkında eser yazdım. Enbiyalar hakkında bir kitap yazdım. Şeyhül İslâm Ebû Fazl bin Hacer’in kitabından özetle sahabe hakkında bir kitap yazdım. Müfessirlerin tabakaları*

²¹ Celâddîn es-Suyûtî, *Târîhu'l-hulefâ*, (Mektebetü Nezzâr Mustafâ el-Bâz, ts., 7.

²² Çetkin, *Celâddîn es-Suyûtî ve Arap Gramerindeki Yeri*, 80.

²³ Selmân, *es-Suyûtî'n-nahvî*, 124.

²⁴ Selmân, *es-Suyûtî'n-nahvî*, 128.

²⁵ Özkan, “*es-Suyûtî*”, 38/191.

hakkında önemli bir kitap yazdım. Zehebî'nin Tabakât'ından özetle Hâfız Tabakâtı hakkında veciz bir kitap yazdım."²⁶

Velûd bir şahsiyet olan es-Suyûtî, eserlerini yedi grup halinde şöyle sıralamıştır:

- Daha önce benzeri yazılmamış olanlar. Mutekaddimun bu tür eserleri yazmaya muktedir olmakla birlikte buna girişmeleri nasip olmamıştır. Zamanındaki insanlar da geniş mütalaa ve zaman harcamak gerektirdiğinden dolayı bu tür çalışmalara girişemezler. Cem'û'l-cevâmi', ed-Durru'l-mensûr gibi. (18 adet)
- Önemli ancak eşsiz olmayan, bir allamenin benzerini yazabileceği, bir cilt boyunda, tamamlanmış veya neredeyse tamamlanmak üzere olan eserler. Tedrîbu'r-râvî, el-Mu'cizât, el-Hasâisü'n-nebeviyye gibi. (50 adet)
- Yirmi ile yüz sayfa arasındaki kitaplar, el-Muhezzeb fî mâ vekka'a fî'l-kur'ân mine'l-mu'arreb gibi. (60 adet)
- Fetvalar dışında on sayfa civarındaki eserler, Buzûğu'l-hilâl gibi. (102 adet)
- On sayfa civarındaki fetvalar, Nassru's-siddîk 'ale'l-câhili'z-zindîk gibi. (80 adet)
- Öğrencilik yıllarında yazdığı fakat önemsemediği eserler. (40 adet)
- Başlayıp ilgilenmediği için yarım kalmış eserler. (83 adet)²⁷

Burada bizi ilgilendiren husus, Suyûtî'nin belagat ile ilgili kitaplarını tanıtmaktır. Bu kitaplar üç sınıfa ayrılabilir:

- Bazı belagat konularını ele alan mütehassıs kitaplar.
- Tefsir, tevil, Kur'ân ilimleri ve Kur'ân'ın icazı gibi temaları olan Kur'ân ile ilgili kitaplar.
- Tamamen belagatle alakalı kitapları.

3.1. Bazı Belagat Konularını İçeren Kitapları

Suyûtî'nin belâğatin bir kısım konularını yer verdiği kapsamdaki en önemli kitabı el-Muzhir fî 'ulûmî'l-belâğa isimli eseridir. Bu kitap, Suyûtî'nin yazdığı en önemli ve en faydalı kitaplardan biri olarak kabul edilir. Kitap içeriği hadis bablarına göre düzenlenmiştir.²⁸ Dil aktarımı için olabilecek en ideal yöntemi sunmaya çalışmıştır.

²⁶ es-Suyûtî, *Târihu'l-hulefâ*, 9.

²⁷ Selmân, *es-Suyûtî'n-nahvî*, 128; Özkan, "es-Suyûtî", 38/191.

²⁸ Celâleddin es-Suyûtî, *el-Mûzhir fî 'ulûmî'l-belâğa*, thk. Ali Muhammed el-Bicâvî ve dğr., (Beyrut: Mektebetü'l-'Asriyye, 1406/1986), 1/1.

Suyûtî eserinde dilbilimin farklı dallarıyla ilgili çok sayıda konunun yanında fesahat, hazf, ihtisar, hakikat ve mecaz, istiare, umum, husus gibi Arap dili belagati alanına giren elliye yakın konuyu da ele almıştır.²⁹ Aynı şekilde kısmen mecazın konusuna giren müşterek, müteradif ve zıt anlamlıları ele almıştır. Temsili istiare ile bağlantılı olan atasözleri üzerinde durmuştur. Hakikat ve mecazı tanımlarını yaparak kullanım amaçlarını açıklamıştır. Bu bağlamda ne mecaz olarak değerlendirilebilir? Mecaz mana için mi, lafız için mi yoksa asıl olana hilaf olarak mı yapılır? Hakikat ile mecaz nasıl ayırt edilebilir? gibi sorulara cevap aramıştır.³⁰ Araştırmalarında kendisinden önceki dilbilimcilerin sözlerine itimat ederek kritik ve analize girmeden nakil ile yetinmiştir.

el-Hâvî li'l-fetâvâ, Suyûtî'nin fıkıh, tefsir ilimleri, hadis, usul, nahiv ve irab gibi farklı konularda kendisine yöneltilen sorulara verdiği cevapları içeren bir fetva mecmuasıdır.³¹ Kendisine yöneltilen sorulara cevap verirken önce mevcut cevapları sıralar ve ardından bu cevaplar hakkında kendi kanaatini bildirmiştir. O, bu eserinde belagat hakkında üç soruya yer vermiş ve bunları ayrıntılı bir şekilde açıklamıştır. Bu sorular şu şekildedir:

- ‘Umumun kullanılması ile husûsun kastedilmesi hakikat mıdır yoksa mecaz mıdır?
- Mecazın ziyadeliği veya noksanlığı, mecazın lafzın bir alakadan dolayı başka bir anlamda kullanılması şeklindeki tanımına uygun mudur?
- Ayette geçen *سَيِّئَةٌ سَيِّئَةٌ* : “Bir kötülüğün karşılığı kötülüktür.”³² ifadesindeki ilişki nedir? Bu ilişki hangi türden bir ilişkidir?³³

İtmâmü'd-dirâye li-kurrâi'n-nükâye adlı kitabı da Suyûtî'nin adını Nükâye koyduğu muhtasarı üzerine yazdığı bir şerhtir. Eserde ihtisar ve icâz kaidelerine dikkat ederek on dört ilmin hûlasasına yer vermiştir.³⁴ Talebenin normalde hacimli kitaplarda yer alan bu konuları başka birine ihtiyaç duymadan anlayabilmesini sağlamıştır.

Bu kitapta meânî, beyân ve bedî' gibi belagat ilimlerini şerh ve tahlille uzatmadan, anlaşılır bir dil ve basit bir üslupla incelemiştir.³⁵ Eserde nakle yer vermemesi dikkat çekmektedir. Farklı görüş ve ihtilafları zikrederek okuyucuyu yormak yerine konuları öğretici bir özet olarak sunarak bilginin aktarılmasını amaçlamıştır. Dolayısıyla öğretici metotla yazılmış bir kitap olarak nitelendirilir.

²⁹ es-Suyûtî, *el-Müzhir fî 'ulûmi'l-belâğa*, 197, 331, 355, 402, 426.

³⁰ es-Suyûtî, *el-Müzhir fî 'ulûmi'l-belâğa*, 331, 355, 360, 361, 402, 426.

³¹ Celâleddin es-Suyûtî, *el-Hâvî li'l-fetâvâ*, (Beyrut: Dâru'l-Fikr, 1424/2004), 3.

³² eş-Şûrâ 94/40.

³³ es-Suyûtî, *el-Hâvî li'l-fetâvâ*, 2/395-396.

³⁴ Celâleddin es-Suyûtî, *İtmâmü'd-dirâye li-kurrâi'n-nükâye*, thk. İbrahim el-'Acûz, (Beyrut: Dâru'l-Kütübi'l-İlmiyye, 1405/1985), 187.

³⁵ es-Suyûtî, *İtmâmü'd-dirâye li-kurrâi'n-nükâye*, 109-147.

3.2. Kur'ân Araştırmaları Üzerine Yazdığı Kitaplar

Çalışmalarında Kur'ân ilimlerine özel bir ilgi gösteren Suyûtî tefsir, te'vil, i'câz ve Kur'ân ilimleri konularında da yazılar yazmıştır. Arap dilini ele alan ilimlerle Kur'an ilimleri arasındaki sıkı ilişki göz ardı edilemez. Dolayısıyla Kur'ân'ı inceleyen herhangi bir kitap da bu iç içe geçmişlikten yoksun olamaz. Suyûtî'nin belagate değinen kitaplarından en öne çıkanlarından biri de Tenâsuku'd-dürer fî tenâsubi's-süver adlı eseridir. Suyûtî eserde Kur'ân sureleri arasındaki bağlantıya odaklanarak bu surelerinin sıralamasındaki kuralı tespit etmeye çalışmaktadır. Tespit ettiği kurala göre her sure kendisinden önceki surenin genel içeriğini daha ayrıntılı bir şekilde açıklar ve kısa ifadelerin yerini uzun ifadeler alır. Suyûtî, Kur'ân nassını birbirine kenetlenmiş muhkem bir yapı olarak değerlendirir. Buna göre bir surede bir grup unsur sunuluyorsa sonraki surede bu unsurlar geliştirilecektir.³⁶ Ayrıca bu kitabında Kur'ân üslubunun izini sürerek ondaki belagate ve i'câz unsurlarına değinmektedir.

Suyûtî'nin el-İtkân fî 'ulûmi'l-kur'ân adlı eseri, Kur'ân ilimleri alanında telif edilen kitaplar arasında önemli bir yere sahiptir. Kitabın muhakkiki Muhammed Ebu'l-Fadl İbrâhîm (ö. 1401/1981), eseri Kur'ân araştırmaları arasındaki altın halka olarak nitelendirmektedir. O, bu eserin en iyi tasnif edilmiş kitap olduğunu ve hiçbir kitapta olmadığı kadar konuyu ele alması dolayısıyla oldukça kapsayıcı bir vasıfta olduğunu ifade etmektedir.³⁷

Suyûtî'nin Kur'ân'ın i'câzını ele aldığı Mu'tereku'l-ikrân fî i'câzi'l-kur'ân adlı eseri, bu konuda döneminde yazılan bütün eserlerin özeti niteliğindedir. Müellif, i'câz hakkında eline geçirip de eserinde yer vermediği hiçbir kitabın olmadığını söylemektedir. Bu bağlamda şöyle demektedir: *“Bu eserde benim meziyetim yoktur. Ancak meziyet ümmet-i muhammedin önde gelen alimlerininindir. Bu esere çeşitli ilimlerin fenlerini aldım ve yorum bahçelerinde dolaştım. Ardından bunların cevherini ve önemli faydalarını özetleyerek kapsayıcı sözlerle nihayete erdirdim.”*³⁸

İ'câzın vecihlerinden bahsederken bu konuda eser kaleme alanları ve kitaplarının isimlerini zikretmektedir. Bu alimlerden bir kısmını kitabının mukaddimesinde şöyle zikretmiştir: *“Alimlerimiz Kur'ân'ın i'câzını iyice tasnif etmişler ve i'câzının vecihlerinin birçoğunu derinlemesine incelemişlerdir. Hattâbî, Rummânî, Zemlekânî, İmâm er-Râzî, İbn Surâkâ, Kâdî Ebû Bekir el-*

³⁶ Celâleddin es-Suyûtî, *Tenâsuku'd-dürer fî tenâsubi's-süver*, thk. Abdülkâdir Ahmed 'Atâ, (Beyrut: Dârü'l-Kütübî'l-İlmiyye, 1406/1986), 39-47, 65.

³⁷ Celâleddin es-Suyûtî, *el-İtkân fî 'ulûmi'l-kur'ân*, thk. Muhammed Ebu'l-Fadl İbrahim, (Matba'atü Emîr, 1323), 1/8.

³⁸ Celâleddin es-Suyûtî, *Mu'tereku'l-ikrân fî i'câzi'l-kur'ân*, (Beyrut: Dârü'l-Kütübî'l-İlmiyye, 1408/1988), 1/390.

Bâkillânî bu alimlerdendir. Bazıları i'câzın seksen kadar veçhine ulaşmışlardır. Doğrusu Sekkâkî'nin dediği gibi bu vecihlerin sonu yoktur."³⁹

Okuyucuyu Suyûtî'ye hayran bırakan şey, ilmi dürüstlüğü'nün yanı sıra güvenilirliği, mütevazî ve alçak gönüllü olmasıdır. Eserlerini kaleme alırken kendisinden önceki alimlerden ve onların eserlerinden istifade ettiğini hiçbir zaman inkâr etmemiştir. Nitekim hep kendisinden öncekilerden faydalandığını belirtmiştir. O, bu konuda şunları ifade etmektedir: *"Eğer insanın Kur'ân'ın i'câzının vecihlerini anlama noktasındaki acziyetini bilersen o halde bunu zikretmenin faydası nedir diye sorabilirsin. Bizler, bizden öncekilerden faydalanarak bunları zikrediyoruz."*⁴⁰

Suyûtî, eserinde otuz beş i'câz çeşidine yer vermiştir. Bunlardan belagat ve belagat ilimleri ile alakalı olanlar şunlardır: Hakikat, teşbih, mecaz, kinaye, istiare, tariz, fasl vevasl, icâz, itnâb, müsâvât, müsterek, terâdüf, mefhum, mutlak, mukayyed. Ayrıca münâsebe, mücânese, tevriye, müşakele, mukabele ve leff ü neşr gibi bedîî güzellikler de eserde yer bulmaktadır.⁴¹ Dolayısıyla Suyûtî belagati Kur'ân'ın i'câzını ortaya çıkarmak için bir araç olarak görmüştür.

3.3. Yalnızca Belagat Üzerine Yazdığı Kitaplar

Suyûtî'nin belagat ilmine dair yazdığı ve günümüze ulaşan en önemli eserleri 'Ukûdü'l-cümân fi'l-me'ânî ve'l-beyân ve'l-bedî', Cene'l-cinâs, Nazmu'l-bedî' fi medhi hayri şefî' ve Fethu'l-celîl li'l-'abdi'z-zelîl'dir.

'Ukûdü'l-cümân, Suyûtî'nin belagat ilimleri üzerine recez ölçüsünde yazdığı bin beyitlik şiiri muhteva eseridir. Şiirde şöyle bir kısım geçmektedir:

قَالَ الْفَقِيرُ عَبْدُ الرَّحْمَنِ الْحَمْدُ لِلَّهِ عَلَى الْبَيَانِ

"Rahmân'ın aciz bir kulu dedi ki beyan için Allah'a hamd olsun.

وَأَفْضَلُ الصَّلَاةِ وَالسَّلَامِ عَلَى النَّبِيِّ أَفْصَحَ الْأَتَامِ

Salât ve Selâmın en faziletlisi, insanların en fasihi olan peygambere olsun.

وَهَذِهِ أَرْجُوزَةٌ مِثْلُ الْجُمَانِ ضَمَّنْتُهَا عِلْمَ الْمَعَانِي وَالْبَيَانِ

Bu inci gibi bir urcûzedir ki ona meânî ve beyân ilmini dahil ettim.

لَخَصْتُ فِيهَا مَا حَوَى التَّلْخِصُ مَعَ ضَمِّ زِيَادَاتٍ كَأَمْثَالِ اللَّعْمِ

Onda telhîs'te ne varsa özetledim, fazladan eklemelerle birlikte cila gibi.

مَا بَيْنَ إِصْلَاحٍ لِمَا يَنْقَدُ وَذِكْرٍ أَشْيَاءَ لَهَا يُعْنَمُ⁴²

Tenkit edilenleri düzelterek, güvenilir olanları zikrederek."

³⁹ es-Suyûtî, *Mu'tereku'l-ikrân fi i'câzi'l-kur'ân*, 1/5.

⁴⁰ es-Suyûtî, *Mu'tereku'l-ikrân fi i'câzi'l-kur'ân*, 1/11.

⁴¹ es-Suyûtî, *Mu'tereku'l-ikrân fi i'câzi'l-kur'ân*, 1/186-390.

⁴² Celâleddin es-Suyûtî, *Şerhu 'ukûdi'l-cümân fi'l-me'ânî ve'l-beyân ve'l-bedî'*, (Beyrut: Dâru'l-Fikr, ts.), 2

Suyûtî, recez ölçüsünde yazdığı şiirinin el-Kazvînî'nin Telhîsu'l-miftâh isimli eserindeki bütün konuları ele aldığını, üzerine eklemeler yaptığını, tenkit edilen unsurları düzelttiğini, müphem kalanları açığa kavuşturduğunu ikrar etmektedir. Yani aslında şiir el-Kazvînî'nin kitabının ekseninde dönmekte ve araştırdığı şeylerin çoğun onun yörüngesinde seyretmektedir.

Ardından bu şiirin şerh ve tahlile ihtiyacı olduğunu görerek Şerhu 'ukûdi'l-cümân adlı kitabı kaleme almıştır. Bu konuda şöyle demektedir: *"Bu meânî ve beyan ilmi üzerine yazdığım urcûzemin çözümünde faydalı olması için yazdığım güzel bir açıklamadır."*⁴³ 'Ukûdu'l-cümân ve onu açıklamak için yazdığı şerhi, bazen özet bazen de ayrıntılı açıklamalarla el-Kazvînî'nin eserindeki konuları içermektedir. Kitabının mukaddimesinde bunu şöyle açıklamaktadır: *"Tüm bu beyitlerden anlaşılması gereken şey bu urcûzenin ifadeleri özetleyerek Telhîsu'l-miftâh'taki her şeyi kapsadığıdır. Ondaki pek çok örnek ve gerekçelendirmeyi almayıp yerine güzel eklemeler yapılmıştır. Bu eklemelerin bir kısmı itiraz niteliği taşıırken bir kısmı taşımamaktadır. İçinde üstadımız Muhyiddin el-Kâfiyeci'den edindiğimiz bilgiler de mevcuttur. Amacımız budur. Bazen bir münasebete göre bir şeyi öne alıp başka bir şeyi geriye bırakabilirim. Ardından dedim diyerek belirttiğim eklemeler var ve bunlardan belirtmediklerim de var. Onları burada ayırt ediyorum."*⁴⁴

Tüm belagat konularını içerdiği kabul edilen bu eser, döneminde takip edilen usul üzere taksim ve tertibe dikkat edilerek yazılmış olup basitleştirerek açıklama metoduyla el-Kazvînî'nin Telhîs'ini şerh etmiştir denilebilir.

Cene'l-cinâs adlı kitabı ise muhakkikinin görüşüne göre Suyûtî'nin hayatının sonlarına doğru telif ettiği eserlerdendir. Müellif eseri vefatından bir veya iki yıl önce tamamlamıştır.⁴⁵ Kitapta detaya inilmesiyle diğer kitaplarından farklılık göstermektedir. Nitekim Suyûtî eserinde cinas konusunu ele almış ve bunu küçük kısımlara bölmüştür. Bu konuda şöyle demiştir: *"Bu kitabı cinasın çıkardığım ve belirlediğim kısımları üzerine telif ettim. Üstüne Kur'ân, hadis ve şiirlerden deliller getirdim. Kur'ân ve hadisten delil olarak aldığım bu örnekleri bizzat çıkardım, önceden çıkarılmamıştı."*⁴⁶

Bu takdimden Suyûtî'nin cinas niteliği taşıyan dilsel ve edebi olguları incelemek için tümevarım metodunu kullandığı anlaşılmaktadır. Bu tümevarımsal inceleme sayesinde cinasın türlerini ve kısımlarını tespit etmiştir. Suyûtî cinası on üç tür olarak belirlemiş ve her bir türün altında birkaç kısım tayin etmiştir. Her türü önce teorik olarak açıklayıp ardından her biri için sayfalarca

⁴³ es-Suyûtî, Şerhu 'ukûdi 'l-cümân fi 'l-me'ânî ve 'l-beyân ve 'l-bedî', 2.

⁴⁴ es-Suyûtî, Şerhu 'ukûdi 'l-cümân fi 'l-me'ânî ve 'l-beyân ve 'l-bedî', 3.

⁴⁵ Celâleddin es-Suyûtî, Cene'l-cinâs, thk. Muhammed Ali el-Hafâcî, (Dâru'l-Fenniyye, ts.), 22

⁴⁶ es-Suyûtî, Cene'l-cinâs, 71.

yer tutan yüzlerce delil ve örnek göstermiştir.⁴⁷ Bu yüzden kitap bir edebiyat kitabı gibi görünmektedir.

Daha önce ifade edildiği üzere, Suyûtî-alıntı yaptığı kitapları ve eserleri zikretmeye istekli olduğu için ele aldığı konu hakkında yazılan her şeyden yararlandığını gizlememiştir. Ancak başkasından aldığı veya naklettiği yerlerde tenkitçi rolünü benimsemiştir. Yine mümkün mertebe yeni şeyler ekleyerek belagat alimlerinin çalışmalarının güzel bir meyvesi hüviyetini kitabına kazandırmıştır.

Suyûtî'nin belagat ile ilgili yazdığı bir diğer eser ise Nazmu'l-bedî' fî medhi hayri şefî'dir. Bu eser, İbn Hicce el-Hamevî'nin Hz. Peygambere (sav) methiye olarak kaleme aldığı el-Bedî'yyesine naziredir. Eser, yüz otuz üç beyitten meydana gelmekte ve yüz kırk yedi bedî' ilmine ait sanat ihtiva etmektedir.⁴⁸

Suyûtî, eserinde Hamevî'nin bir bedî' sanatı tevriyesini şöyle sunmaktadır: *"Bu, tüm yaratılmışların övmekle yükümlü olduğu kişiye övgülerle dolu bir şiiirdir. Şair, onun şerefli vasıflarıyla bir kolyeyi süslemiş gibidir. Aynı zamanda bu şiiir, usta şair Takıyyüddîn Ebû Bekr b. Hicce'nin bedî'yyesine de rakiptir."*⁴⁹

Suyûtî, Hamevî'nin eserinde ele aldığı bedî' ilmine ait sanatlara yer vermiş ve bunlara on tane daha ilave etmiştir. Bunlar; muharref, müşevveş, merfû, ihtibâk, iltifât, mücennah, terşih, iktizâb, cinas-ı izdivac ve cinas-ı tard'dır.⁵⁰ Bu bedî' ilmine ait sanatlar diğer belagat kitaplarında geçtiği halde bedî' ilmiyle ilgilenenlerin kitaplarında zikredilmeyen, buna karşın Suyûtî'nin zikrettiği unsurlardır. Dolayısıyla Suyûtî bu eserini tamamen bedî' ilmine tahsis etmiştir.

Bedî' ilmine ait sanatları bir veya iki satırı geçmeyecek şekilde oldukça öz, kısa ve sade bir şekilde açıklamıştır. Kitabın büyük bir kısmında bu yöntemi benimsemişse de bazen cinâsü'l-mâ'nâ gibi bazı bedî' türleri ele alırken ayrıntıya girmiştir.⁵¹ Fakat onun bu eseri, bütün bu özelliklerine rağmen diğerleri kadar şöhret kazanamamıştır.

Suyûtî'nin belâgat alanında yazdığı son kitabı ise Fethu'l-celîl li'l-'abdi'z-zelîl'dir. Bu risalesi bir uygulamalı belagat çalışması sayılmaktadır. Eserde belagat terimlerini çıkarabilmek için Kur'ân ayetlerini irdelemektedir. Eserini *اللَّهُ* *أَلَيْسَ الَّذِينَ آمَنُوا يُخْرِجُهُم مِّنَ الظُّلُمَاتِ إِلَى النُّورِ*: "Allah iman edenlerin dostudur. Onları karanlıklardan aydınlığa çıkarır."⁵² ayetinden çıkardığı bedî' türleri üzerine yazmıştır. Bu bağlamda mukaddimesinde şöyle demektedir: *"Allahu Teala şöyle*

⁴⁷ es-Suyûtî, *Cene'l-cinâs*, 73-285.

⁴⁸ Halit Özkan, "es-Suyûtî", 38/196.

⁴⁹ Celâleddîn es-Suyûtî, *Nazmu'l-bedî' fî medhi hayri şefî*, thk. Ali Muhammed Muavviz ve dğr., (Haleb, Dâru'l-Kalemi'l-'Arabî, 1416/1995), 45.

⁵⁰ es-Suyûtî, *Nazmu'l-bedî' fî medhi hayri şefî*, 46-197.

⁵¹ es-Suyûtî, *Nazmu'l-bedî' fî medhi hayri şefî*, 113.

⁵² el-Bakara 2/257.

buyuruyor: ‘Allah iman edenlerin velîsidir’. Bu ayette on kûsür bedî‘ türü tespit ettim. Sonrasında üzerine daha derin düşündüm ve Allah bana daha fazla kapı açtı. Böylece kırkı aşkın tür buldum. Ardından daha fazla fikir yürüttüm ve Allah’ın inayetiyle yüz yirmi türe ulaştım. Sonra bunları vahyin sırlarına vakıf olmak isteyenler için bu risalede yazmak istedim.”⁵³

Suyûtî eserinde altmıştan fazla bedî‘ türüne yer vermiştir. Bunlardan bazıları şunlardır; lafız, ma’nâ, ibdâ‘, ittisâ‘, ihtibâs, ihtirâs, irsâl-ü mesel, isti’nâf-ı beyânî, müşakele, mübalağa vb. Bununla birlikte istiare ve türleri gibi bazı beyan terimlerini ve müsnedün ileyh’in sübutuna, istikrarına ve takdimine delalet etmek için isim cümlesinin kullanılması gibi beyan konularını da ele almıştır.⁵⁴ Ayrıca bu eserinde bazen belâgat ilminin sınırlarının dışına çıkarak usûlû’d-dîn, fıkıh usulü, nahiv ve sülûk ilmi gibi ilim dallarına da yer vermiştir.⁵⁵

Suyûtî, belagat ilmini aktarmakla kalmayıp bunları özlü ve basit bir biçimde sunup tanımlamıştır. Ayrıca kimi zaman da bu sanatların anlaşılmasını sağlayan örnekler vermiştir. Böylece kitabın birtakım belagat türlerine metodik bir giriş niteliği taşımasını sağlamıştır. O, küçük hacimli risalesinin sonunda yaptığı şeyin emsalsiz olduğuna vurgu yaparak şöyle demektedir: “Ayetlerden bulduğum belagat türleri bunlardır. Her birini kendi fikrimle belagat ilminin kaidelerini göz önünde bulundurarak çıkardım. Bu ayeti gündemine alan kimseyi görmedim. Ancak Ebu Hayyân’dan terdîd ve tibâkı naklettim. Zemahşeri’den de tağut ile ilgili kısmı naklettim.”⁵⁶

4. Suyûtî’nin Belâgat İlmini Tedvininde Yararlandığı Kaynaklar

Belagat ve belagat ilimlerinin Suyûtî’nin ilmi hayatında özel bir yeri vardır. Ona göre belagat, kendisine derinlemesine vukufiyet ihsan edilen alanlardan biridir. Bu konuda şöyle demektedir: “Yedi ilimde derinleşme lûtfuna eriştim. Bunlar; tefsir, hadis, fıkıh, nahiv ve Acemlerin veya felsefecilerin yöntemi üzere değil Arapların ve büleğanın yöntemi üzerine olmak üzere meânî, beyan ve bedî‘dir.”⁵⁷ Burada belagatte edebiyat ekolünü takip ettiğini ikrar etmektedir. Bu ekole göre belagati kısımlara ayırma ve tanımlamalara boğulmaksızın estetik yönler üzerinde durularak ele almıştır.

Suyûtî’nin belagat telifleri kadar ele alma yöntemleri de çeşitlilik göstermektedir. Bu çeşitlilik araştırdığı sahaya göre şekillenmektedir. Örneğin i‘câz ve Kur’ân ilimleri üzerine kaleme aldığı eserler Kur’ân’ın belagat mucizesi

⁵³ Celâleddin es-Suyûtî, *Fethu’l-celîl li’l-‘abdi’z-zelîl*, thk. Muhammed Rıf’at Zincîr, (Beyrut: Müessesetür-Reyyân, 1423/2002), 15-16.

⁵⁴ es-Suyûtî, *Fethu’l-celîl li’l-‘abdi’z-zelîl*, 16-52.

⁵⁵ es-Suyûtî, *Fethu’l-celîl li’l-‘abdi’z-zelîl*, 52-57.

⁵⁶ es-Suyûtî, *Fethu’l-celîl li’l-‘abdi’z-zelîl*, 50-51.

⁵⁷ es-Suyûtî, *Hüsnü’l-muhâzara fî târihi mısır ve’l-kâhire*, 1/338.

ekseninde dönmektedir. Nitekim konuların çıkış noktası Kur'ân olup tekrar Kur'ân'a dönmektedir. Dil kitaplarında ise dilbilimcilerin sözleri göze çarpar ve onların izleri açıkça görülür. Bu eserlerinde konu, belagat olgusunun dilsel yönünün aydınlatılması ekseninde döner. Yalnızca belagat üzerine yazdığı eserlerinde, belagat ilimlerini anlamlandırma noktasında belagatçilerin yöntemini takip etmesi dolayısıyla onların ele aldıklarının çok dışına çıkmamıştır.

Suyûtî kitaplarında yazdığı konunun kaynaklarını ele alırken birleştirici bir yaklaşım izlemeye çalışmıştır. Kendilerinden nakil yaptığı âlimlerin isimlerini zikretmiş, onların sözlerini ve kritiklerini belirtmiş, ardından onların kavramlarını lafız ve îcâz açısından daha basit bir şekilde yeniden formüle etmeye çalışmıştır.

Suyûtî, bir belagat konusunu sunarken mukayese yöntemini kullanmaya çalışmıştır. Bir konuyu ele alırken önce kaide (kavram) ve dallarından bahsedip ardından bu kaideye yönelik Kur'ân, Hadis ve şiirlerden deliller getirerek örneklendirme yoluna gitmiştir.

Suyûtî'nin belagat çalışmasını inceleyen biri genelden özele doğru bir yazım usulünü takip ettiğini fark eder. O, ilk önce Kur'ân-ı Kerîm'in i'câzıyla başlayıp oradan belagat açısından i'câza geçmiş, ardından üç belagat ilmine değinip bedî' ilmine ayrıca girmiş ve son olarak da bedî' türlerini belagat açısından araştırmıştır.⁵⁸

Suyûtî'nin belâgat alanında yazdıklarının zamansal aşamalarına ilişkin bir incelemesinde de bu sözünü teyit etmektedir. Nitekim Suyûtî önce Mu'tereku'l-ikrân'ı yazmış, el-İtkân fi 'ulûmi'l-Kur'ân adlı eserinde ondan bahsetmiş ve daha sonra Şerhu 'ukûdi'l-cümân'ı yazmıştır. Son olarak da daha önce yazdığı bedî'îyyesini içeren Cene'l-cinâs'ı telif etmiştir.⁵⁹

Suyûtî'nin belagat çalışmalarında doğal bir ilmi yaklaşımı benimsediği görülmektedir. Çalışmaları yükselme ve gelişmenin gerektirdiği şekilde doğal seyrinde ilerleme göstermiş, bu şekilde klasik edebiyat çalışmasını kitaplarında sunabilmiştir.⁶⁰

Suyûtî'nin belagat araştırmaları, çeşitli kaynaklardan beslenmesi itibarıyla verimli bir sahadır. Nitekim kaynaklarının çeşitliliği ve yaptığı nakillerin ardı ardına gelmesi dolayısıyla bazı araştırmacılar Suyûtî'nin telif çalışmalarının özgünlükten yoksun bir şekilde nakilden ibaret olduğu değerlendirmesini yapmışlardır. Bu değerlendirmede doğruluk payı olduğu kadar bir miktar önyargı da söz konusudur. Suyûtî çok sayıda kaynaktan nakil yaptığını inkâr etmemekte, dahası kaynak aldığı eser ve kişileri kitaplarının mukaddimesinde zikretmeye

⁵⁸ es-Suyûtî, *Cene'l-cinâs*, 9.

⁵⁹ es-Suyûtî, *Cene'l-cinâs*, 9-10.

⁶⁰ es-Suyûtî, *Cene'l-cinâs*, 10.

özen göstermektedir. Dolayısıyla daha sözlerine başlamadan önce yaptığı nakillerin asıl sahibine işaret etmektedir. Bu konuda şöyle demektedir: “Allah ve insanlar bilir ki ben sözü sahibi ile ilişkilendirmeden ve nakledene nispet etmeden kimsenin kitabından bir harf bile aktarmamayı kendime adet edinmişimdir.”⁶¹ Bu şekilde okuyucuya üzerine okuma yaptığı konuyla ilgili daha geniş bir perspektif sunmaktadır. Ayrıca bu yönüyle çağdaş araştırmacı niteliğini de taşımaktadır. Zira araştırılması gereken problemi seçmesi, üzerine yazılan her şeyi incelemesi, inceledikleri üzerinde eksik gördüğü yönleri ortaya çıkarması, gözden kaçan yerleri tamamlaması ve buna göre bir çalışma planı koyması yönüyle çağdaş araştırma yöntem ve metotlarına hiç uzak değildir. Dolayısıyla Suyûti’nin çalışmalarının özgünlükten yoksun olduğunu söylemek haksız bir ifade olacaktır. Zaten bizim Suyûti’den tek beklentimiz, belagat mirasını muhafaza eden bir ansiklopedik kaynak sunmasıdır. Nitekim kendisi belagat konusunu seçerken ve biçimlendirirken önceki belagatçilerin ulaştığı son noktayı iyi bir şekilde gözlemlemiştir.⁶²

Buradan hareketle Suyûti’nin belâgat kitaplarında veya bazı belâgat konularına yer verdiği kitaplarında temel aldığı en önemli kaynaklara değinmek gerekir. Bu kaynakların sayısı çok olduğu için kitaplarında sıkça tekrar edenlerine odaklanmak ve fazla ayrıntıya girmeden bu kaynaklardaki ana noktalara yoğunlaşmak doğru olacaktır. Bu eserleri müelliflerinin yaşadığı zamana göre kronolojik sırayla sunmakta fayda mülâhaza edilmektedir.

4.1. Miftâhu’l-‘Ulûm

Ebû Ya’kûb es-Sekkâkî (ö. 626/1229), Arap dili ve belagatinin şekillenmesinde önemli bir rol oynamış ve kendinden sonra gelenlerin çoğunun takip edeceği bir yol çizmiştir. Nitekim belâgat ilminin kavramları onun elinde yeniden şekillenmiştir. Sekkâkî bu kavramları şekillendirmiş ve tanımlama, birbirinden ayırma ve alt dallarını ortaya koyma noktasında aşırıya giden mantığıyla yeniden sınıflandırmıştır.

Onun kaleme aldığı kitabı Miftâhu’l-‘ulûm’un üçüncü bölümü belagat ilimleriyle (meânî ve beyân) alakalıdır. Öncelikle mukaddimede bu iki ilmi tanımlamış, birinci bölümde meânî ilmi ve konularına yer vermiş, ikinci bölümde ise beyân ilmi ve mevzularına temas etmiştir. Bu iki bölüme ek olarak manevî ve lafzî güzellikler yani bedî’ ilmi hakkında kısa bir araştırmaya da yer vermiştir.

⁶¹ Celâleddin es-Suyûti, *Şerhu makâmât-i celâleddîn es-Suyûti*, thk. Semîr Mahmûd ed-Derûnî, (Beirut: Müessesetü’r-Risâle, 1409/1989), 2/949-950.

⁶² Mustafa Sâvî el-Cüveynî, *el-Belâğatü’l- ‘arabiyye beyne t-te’sîl ve t-tecdîd*, (İskenderiye: Münşeatü’l-Me ‘Ârif, 1985), 79-80.

Sekkâkî'nin çalışması, kendinden önceki alimlerin belagatin belirli yönlerini ele alan kitaplarında geçenlerle sınırlı kalmamış, ayrıca onları düzeltmiş ve kapalı yerleri açıklayarak onların başladıklarını tamamlamış ve belagati, temeli sağlam bir ilim haline getirecek kaideleri de tespit etmiştir. Meseleleri belirli bir düzene koyarak ve bablara ayırarak dikkat ve muhakemeye daha da yaklaştırmıştır. Araştırmasının tartışmalarla ve hayali varsayımlarla dolu olması dikkat çekicidir. Ayrıca kuralları çıkarırken akla dayanmıştır.⁶³

Sekkâkî'nin belagat konularını büyük ölçüde soyutlama ve belirleme şeklinde işlemesi, esere bir miktar muğlaklık veya karmaşıklık katmıştır. Bu yüzden kendisinden sonraki pek çok kimse eserin şerh, tavih, ihtisar ve tashihi ile ilgilenmiştir. Belki de bu muğlaklık, belagat araştırmalarında yapıcı, analitik ve tündengelimsel felsefe ve mantığın hâkim olmasından kaynaklanmaktadır. Onun kitabını bu şekilde ele alması, belki de belagatin sağlam bir ilim haline gelmesini sebep olmuş olabilir. Ancak Sekkâkî belagati mantık ve felsefî araştırma yöntemlerini uygulamak için bir saha haline getirmekte aşırıya kaçması sebebi ile de eleştirilmiştir.⁶⁴

Son dönem eserleri arasında oldukça yüksek bir konuma sahip olan bu kitap, etrafında şerhlerin ve muhtasarların döndüğü bir mihver haline gelmiştir. Öyle ki kitabında biçim verdiği belagat tasviri, kendisinden sonra eser telif edenler için bir temel olmuştur.⁶⁵

Sekkâkî'nin bu eseri, kendisinden sonra gelen bir dil ve belâgat alimlerine referans olmuştur. Suyûtî de Sekkâkî'nin bu eserini referans alan alimlerdendir. Özellikle Şerhu 'ukûdu'l-ümân ve İtmâmü'd-dirâye adlı eserlerinde Sekkâkî'nin etkisi büyüktür. Birçok konuda Sekkâkî'den bahsetmiş ve ona çok sayıda atıf yapmıştır. Ayrıca Suyûtî, İtkân'ül-bürhân, Mu'tereku'l-ikrân ve Fethu'l-celîl gibi diğer kitaplarında da Sekkâkî'nin görüşlerine kimi zaman kısa bir işaret kimi zaman da ayrıntılı bir şekilde yer vermiştir. Ancak her konuda Sekkâkî'nin görüşlerine katılmamıştır. İzah ettiği konularda farklı alimlerin görüşlerini de tercih etmiştir.

Suyûtî, Sekkâkî'nin akli mecazı kinayeli istiare olarak değerlendirerek reddettiğini belirtmektedir. Örneğin “أَنْبَتَ الرَّيْبُغُ الْبَقْلُ”: “İlkbahar otu yetiştirdi.” ifadesindeki ربيع kelimesini, teşbihte mübalağa yoluyla hakiki failden istiare olarak değerlendirmiş ve إنبات (yeşerme) fiilini istiare karinesi olarak hakiki failin lazımı olan bir unsura nispet ettirmiştir. Ancak Suyûtî bu konuda el-Kazvî'nin

⁶³ Ebû Ya'kûb es-Sekkâkî, *Miftâhu'l-'ulûm*, thk. Naîm Zarzûr, (Beyrut: Dârü'l-Kütübi'l-'İlmiyye, 1407/1987), Muhakkikin önsözü, 3; İsmail Durmuş, “Ebû Ya'kûb es-Sekkâkî”, *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi* (İstanbul: TDV yayımları, 2009), 36/332-333.

⁶⁴ Durmuş, “*Ebû Ya'kûb es-Sekkâkî*”, 36/332-333.

⁶⁵ Durmuş, “*Ebû Ya'kûb es-Sekkâkî*”, 36/332-333.

görüşünü tercih etmiş ve bu meseledeki cevaplarının daha uygun olduğunu belirtmiştir.⁶⁶

Suyûti, tahsis ifade etmek üzere müsnedün ileyhin takdimi konusunda Sekkâkî'nin Cürçânî ile ihtilafı üzerinde dururken Sekkâkî'nin bu konudaki kurallarını ve ayrıntılarını aktarmaktadır.⁶⁷

Suyûti, müsnedün ileyhin tehîri konusunda ise Sekkâkî'ye göre sözün hikâye üslubundan gâib sigasına intikal etmesinin müsnedün ileyh ile ilgili olmadığını, bunun yerine gâib, muhatap ve tekellüm arasında müsnedün ileyh veya başka bir şey ile geçiş yapıldığı takdirde bunun iltifat olarak adlandırıldığını söylemiştir. Bu doğrultuda iltifatın bu üç manadan birini ifade ettikten sonra bir diğerine geçiş yapmak demek olduğu yorumunu yapmıştır. Ayrıca bunun Sekkâkî'nin sözünden daha titiz bir değerlendirme olduğunu eklemektedir. Bunu şöyle gerekçelendirmektedir: Halifenin *أَمِيرُ الْمُؤْمِنِينَ بِأَمْرِكَ بِكَذَا*: “Müminlerin emiri sana şunu emrediyor.” demesi kendi görüşünü kastederek yaptığı bir iltifattır. Zira emir *أَنَا*’den (ben) nakledilmektedir. Başkasının önüne geçmemesinden dolayı ikinci bir şey kastedilmemektedir.⁶⁸

4.2. Telhîsü'l-Miftâhi'l-'Ulûm

Kısa adı Telhîs olan Hatîb el-Kazvîni'nin (ö. 739/1338) bu eseri, geçmişte ve günümüzde belâgat öğrenmek isteyen herkes temel kaynaklardan biri olarak ün kazanmıştır. Şerh edeni ve üzerinde çalışanı çoktur. el-Kazvîni, kitabın girişinde kendisini bu eseri telif etmeye iten sebepleri şöyle açıklamaktadır: *“Sekkâkî'nin Miftâhu'l-'ulûm'unun üçüncü bölümü (belâgat ilmi üzerine) kaleme alınan meşhur kitaplar arasında en faydalı olanıdır. Zira o düzen açısından en güzeli ve yazım açısından en kemale ermiştir. Ayrıca en fazla esaslı bir araya getiren kitaptır. Ancak uzatılmış laflardan ve karmaşıklıktan korunabilmiş değildir. Ben de izah ve tecride ihtiyaç duyması ve özetlenebilir olması dolayısıyla içindeki tüm kaideleri içeren ve gerekli tüm örnek ve delilleri kapsayan bir muhtasar yazdım. Tahkik ve tehzibe girişmeden konuları kendi düzenine en yakın şekilde sıraladım. Öğrenciler tarafından anlaşılmasını kolaylaştırmak için ifadeleri özetlemede aşırıya kaçmadım. Ek olarak bazı kitaplarda rastladığım faydalı bilgileri aldım ve kimsenin sözünü açıklayarak almadım.”*⁶⁹

el-Kazvîni'nin Telhîs'te takip ettiği yöntem Sekkâkî'nin metodundan çok farklı değildir. Üç belâgat ilmini de (meânî, beyân ve bedî') ele almıştır. Ancak Miftâh'taki her şeye olduğu gibi bağlı da kalmamıştır. Bu noktada kitabın

⁶⁶ Suyûti, *Şerhu 'ukûdi'l-cümân*, 14.

⁶⁷ Suyûti, *Şerhu 'ukûdi'l-cümân*, 23-24.

⁶⁸ Suyûti, *Şerhu 'ukûdi'l-cümân*, 28.

⁶⁹ Hatîb el-Kazvîni, *Telhîsü'l-miftâh*, (Karaçi: Mektebetü'l-Büşrâ, 1431/2010), 5-6.

içeriğini yeniden düzenlemiş, bazı konuları öne almış, bazılarını geriye atmış ve yeni konular eklemiştir. Nitekim kitabının başında fesahatten bahsederken sonunda da şiirde intihal, hüsn-ü ibtida, tehallus ve intihâ' gibi yeni konuları açıklaması buna delil olarak gösterilebilir.

Telhîs Suyûtî'nin o kadar ilgisini çekmiştir ki ehemmiyetine binaen müellifinin kendi el yazısıyla yazdığı nüshasını edinmek için gayret sarf etmiştir. Esere olan tutkusu, onu meşhur urcûzesi 'Ukûdu'l-cümân'ı yazmaya itmiştir. O, bu konuda bir urcûzesinde şunları ifade etmektedir:

وَهَذِهِ أَرْجُوزَةٌ مِثْلُ الْجُمَانِ ضَمَمْتُهَا عِلْمَ الْمَعَانِي وَالْبَيَانِ

“Bu inci gibi bir urcûzedir ki, ona meânî ve beyân ilmini dahil ettim.

لَخَصَّنْتُ فِيهَا مَا حَوَى التَّلْخِصُ مَعَ ضَمِّ زِيَادَاتٍ كَأَمْثَالِ اللَّعْمِ

Onda Telhîs'te ne varsa özetledim, fazladan eklemelerle birlikte cila gibi.

مَا بَيْنَ إِصْلَاحٍ لِمَا يُنْقَدُ وَذِكْرٍ أَشْيَاءَ لَهَا يُعْتَمَدُ

Tenkrit edilenleri düzelterek, güvenilir olanları zikrederek.

وَضَمَمَ مَا فَرَّقَهُ لِلشَّبَّهِ وَاللَّهُ رَبِّي أَسْأَلُ النَّفْعَ بِهِ⁷⁰

Benzer olup ayrı olanları birleştirerek rabbimden faydalı olmasını diliyorum.”

Suyûtî, çalışmasının temelini oluşturan Telhîs'i, urcûzesinde övmektedir. Ayrıca eserdeki ifadeleri özetleyerek emsile ve talilleri dışarıda bırakmış, bunların yerine de bir kısmı itiraz içeren güzel eklemeler yapmıştır.⁷¹ Buradan hareketle Suyûtî'nin 'Ukûdu'l-cümân isimli eserini Telhîs'i temel alarak yazdığı söylenebilir. Nitekim bu kitabın yöntemini benimsemiştir.

Suyûtî, İtkânü'l-bürhân, Mu'tereku'l-ikrân ve bunlardan önce İtmâmü'd-dirâye gibi diğer eserlerini yazarken el-Kazvînî'den istifade etmiştir. Buna örnek olarak Suyûtî'nin İtkânü'l-bürhân'da mecaz konusunda Kazvînî'nin görüşünü zikretmesi gösterilebilir. Buna göre hazf veya ziyade ile kelimenin irabı değişiyorsa o mecazdır. O, *وَسَلَّ الْقَرْيَةَ*: “Şehire (halkına) sor.”⁷² *لَيْسَ كَمِثْلِهِ شَيْءٌ*: “O'na benzer hiçbir şey yoktur.”⁷³ ayetlerini bu duruma misal vermiştir. Ancak hazf veya ziyade irapta değişiklik gerektirmiyorsa mecaz olarak nitelenmez. Buna da *بِمَا رَحْمَةٍ*: “Yahut onlar yağmura tutulmuş gibidirler.”⁷⁴ *أَوْ كَصَيِّبٍ*: “Allah'ın (lüftettiği) merhamet ile.”⁷⁵ ayetlerini örnek vermiştir.⁷⁶

⁷⁰ Süyûtî, *Şerhu 'ukûdi'l-cümân*, 2.

⁷¹ Süyûtî, *Şerhu 'ukûdi'l-cümân*, 2.

⁷² el-Yûsuf, 12/82.

⁷³ eş-Şûrâ 42/11.

⁷⁴ el-Bakara 2/19.

⁷⁵ Âl-i İmrân 3/159.

⁷⁶ Celâleddin es-Suyûtî, *el-İtkân fî 'ulûmi'l-kur'ân*, thk. Muhammed Ebu'l-Fadl İbrahim, (el-Hey'etü'l-Misriyyetü'l-Âmme li'l-Kitâb, 1394/1974), 3/138.

Suyûtî'nin Kazvî'nin görüşünü aynen benimsediğine dair bir misal de fiili edât-ı teşbihîten sayması gösterilebilir. Bu konuda Kazvî'nin şöyle demektedir: “Bazen teşbih-i karibe işaret etmek üzere fiil kullanılabilir. Örneğin teşbih-i karib (yakın benzetme) olarak *عَلِمْتُ زَيْدًا أَسَدًا* : “Zeyd'i aslan olarak tanıdım.” cümlesi kullanılabilir. Bu ifade tahkike delalet etmektedir. Teşbih-i ba'îd (uzak benzetme) olarak ise *حَسِبْتُ زَيْدًا أَسَدًا* : “Zeyd'in aslan olduğunu zannettim.” ifadesinde fiil zanna ve tahkikin yokluğuna delalet etmektedir”.⁷⁷ Buna göre Kazvî'nin Suyûtî üzerinde büyük bir etkisi olduğu söylenebilir. Ayrıca Suyûtî, Kazvî'nin eserini okuyup incelerken hem eklemeler yapmaya hem de faydalanmaya çalışmıştır.

4.3. ‘Arûsü’l-Efrâh fî Şerhi Telhîsi’l-Miftâh

Bahâeddîn es-Sübkî (ö. 773/1372) tarafından kaleme alınan ‘Arûsü’l-efrâh fî şerhi telhîsi’l-miftâh isimli eser, Kazvî'nin Telhîs'inin de içinde bulunduğu kitaplarla aynı silsilede yer almaktadır. Sübkî kitabı telif etmesinin ardındaki sebebi açıklarken Miftâh'ın şerhlerinin çoğuna baktığını ancak bunların karmaşık, düzensiz ve kendini tekrar eder nitelikte olduğunu gördüğünü ifade ederek şöyle demektedir; “Beni bu yönde cesaretlendiren ve kararlılığımı artıran şey, Telhîs'in içindeki gözden kaçan bilgileri anlaşılır kılacak ve bu ölü ilmi canlandıracak bir şerhin gerekli olmasıdır.”⁷⁸

Sübkî, eserinde yöntem olarak Kazvî'nin Telhîsinde gösterdiği yolu takip etmiştir. Ancak onun ele aldığı görüşlerden daha fazlasına değinmiş ve eklemeler yapmıştır. Yine Kazvî'nin beyan ettiği her şeyi olduğu gibi kabul etmemiş, kimi yerlerde reddetmiş ve başka görüşleri tercih etmiştir. Telhîs'i şerh ederken bir cümleyi veya ilk paragrafı veya da bir ibareyi alıp aynı konudan kendi cümlesiyle bahsederek farklı bir yöntem izlemiştir.

Sübkî'nin ‘Arûsü’l-Efrâh fî Şerhi Telhîsi’l-Miftâh tarafından güzel kabul görmüştür. Bu yüzden araştırmasının birçok yerinde bu kitaba atıf yapmıştır. Ayrıca Şerhu ‘ukûdi’l-cümân, el-İtkân ve Mu‘terekü’l-ikrân gibi belagat ile ilgili kitaplarının çoğunda bu eserin etkisi görülmektedir. Bu durum Suyûtî nezdinde Sübkî'nin ilmi konumunu göstermektedir. Bu konuda birkaç misal vermek de fayda vardır. Mesela Sübkî, *هِيَ عَصَايَ اتَّوَكَّلُوا عَلَيْهَا* : “O benim asâmdır. Ona dayanırım.”⁷⁹ ayetinin sözü kolaylaştıran nükteye örnek gösterilmesini reddetmiştir. Çünkü burada müsnedün ileyhin zikredilmesiyle işgâ’ (kulak verme) amaçlanmıştır. Bu yüzden burada istenen şeyin işgâ’ değil, Hz. Musa’dan aktarılan söz olduğu görüşündedir. Bu nedenle bu ifadeyi Allah indinden işgâ’ olarak almıştır. Bu

⁷⁷ el-Kazvî, *Telhîsü’l-miftâh*, 90.

⁷⁸ Bahâüddîn es-Sübkî, *‘Arûsü’l-efrâh fî şerhi telhîsi’l-miftâh*, thk. Abdülhamid Hindâvî, (Beyrut: Mektebetü’l-‘Asriyye, 1423/2003), 1/23.

⁷⁹ et-Tâhâ 20/18.

yüzden burada kastedilen Allah kelamı olsa da ve onun sözü dinlense de işgâ' olarak adlandırılmaz.⁸⁰

Suyûtî, hasr ve ihtisas konularında لا veya بل ile atfın hasr yollarından biri olamayacağına dair Sübkî'nin görüşünü zikretmiştir: “Atıf olarak لا ile yapılan her kasr, nefy ve isbâtıdır. زَيْدٌ شَاعِرٌ لَا كَاتِبٌ: ‘Zeyd şairdir, yazar değil.’ sözünde üçüncü bir sıfatın nefyi söz konusu değildir. Kasr ise hakikatte veya mecazda sabit olan haricinde tüm sıfatların nefyi ile gerçekleşmektedir. Bu muhatabın tasavvur ettiği sıfatın nefyine has bir durum değildir. بل ile yapılan atıf ise bundan daha uzaktır. Çünkü onda nefy ve isbât varlığını sürdürmemektedir.”⁸¹

Sübkî, aynı bölümde fasl zamirinin hasr için kullanılmasını uygun bulmuştur. Bu konuda فَلَمَّا تَوَفَّيْتَنِي كُنْتُ أَنْتَ الرَّقِيبَ عَلَيْهِمْ: “Fakat beni vefat ettirdikten sonra onların halini bilip gören sadece sensin.”⁸² ayetini delil göstermiştir. O, bu konuda şunları ifade etmektedir: “Burada hasr olmasaydı güzel olmazdı. Çünkü Allah zaten onların üzerinde gözeticiyken Hz. İsa'nın vefatıyla üzerlerinde Allah dışında hiçbir gözetici kalmamıştır.”⁸³

Suyûtî îcâz bahsinde ise Sübkî'nin îcâzu'l-kasr ve îcâzu'l-hazf olmak üzere iki tür arasına çektiği sınırı teyit etmiştir. Bu konuda Sübkî şöyle demiştir: “Eğer kısa söz, daha uzun bir sözün parçasıysa bu îcâzu'l-hazftir. Eğer söz daha uzun bir mana ifade ediyorsa bu îcâzu'l-kasrdır.”⁸⁴

4.4. Muhtasar'u-l Meânî ve el-Mutavvel

Sa'düdd'in et-Teftâzânî (ö. 792/1390), Kazvînî'nin Telhîs'inin şerhini araştırma ve inceleme yoluyla ele alan müelliflerdendir. Ayrıca Telhîs'e şerh yazmak ve yorum getirmek amacıyla el-Mutavvel'i kaleme almıştır. Kitabına bu ismi vermesinin sebebi özet halindeki eserin ayrıntısına girmesi ve müphem yerlerini açıklamasıdır. Telhîs'teki her şeyi idrak edememiş olan ilim taliplerinin arzusu onu bu yolda cesaretlendirmiştir.⁸⁵

Teftâzânî, şerhinde Telhîs'te geçenlerle yetinmemiş, eskilerin kitaplarından yararlı ve gerekli bulduklarının yanında alanın seçkin mütehasşısına başvurarak yaptığı çıkarımlara da yer vermiştir. Ayrıca okuyucuların belagat konularının büyük bir çoğunluğuna hâkim olmasını sağlayacak garip konular, nükteler, içtihatlar, yorumlar ve çıkarımlar da eklemiştir.⁸⁶

⁸⁰ es-Suyûtî , Şerhu 'ukûdi'l-cümân fi'l-me'ânî ve'l-beyân ve'l-bedî', 15; es-Sübkî, 'Arûsü'l-efrâh fi şerhi telhîsi'l-miftâh, 1/162-163.

⁸¹ es-Suyûtî, el-İtkân fi 'ulûmi'l-kur'ân, 3/170; es-Sübkî, 'Arûsü'l-efrâh fi şerhi telhîsi'l-miftâh, 1/397.

⁸² el-Mâide 5/117.

⁸³ es-Suyûtî, el-İtkân fi 'ulûmi'l-kur'ân, 3/171.

⁸⁴ es-Suyûtî, el-İtkân fi 'ulûmi'l-kur'ân, 3/181.

⁸⁵ Sa'düddîn et-Teftâzânî, el-Mutavvel şerhu telhîsi'l-miftâhi'l-'ulûm, Çev. Zekeriya Çelik, (İstanbul: Litera Yayıncılık, 2019), 21.

⁸⁶ et-Teftâzânî, el-Mutavvel şerhu telhîsi'l-miftâhi'l-'ulûm, 21-22.

et-Teftâzânî, el-Muhtasar'ı telif etmesi ise kendisinden Mutavvel'i kısaltmasını isteyen bir grup seçkin insanın ısrarı üzerinedir.⁸⁷

Her iki şerh de Sekkâki'nin ve Kazvîni'nin yön verdiği çizgiyi takip etmiştir. Teftâzânî bu eserlerde diğer şarihlerin yöntemini takip ederek ibare veya kelimeyi alıp açıklamıştır. Yeri geldiğinde de şerhten çıkıp bir görüşü kabul ettiğini veya reddettiğini açıklamıştır.

Aralarındaki en belirgin ortak nokta, istiareyi teşbih kategorisinden çıkarmaları ve edat veya edat hükmündeki unsuru hazfedilmiş teşbihi literatüre sokmaları olabilir.⁸⁸ Buna örnek olarak ise şu ayeti verilebilir: صَمٌّ بَكْمٌ عُمِيٌّ :“Sağırlardır, dilsizlerdir ve körlerdir.”⁸⁹

Suyûtî, Teftâzânî'nin Kazvîni'ye ait şu söze karşı çıkmasını haklı bulmuştur: “Teşbihin dört garazı, vech-ü şebihin müşebbehün bihte tam olarak tezahür etmesini gerektirir. Müşebbehün bihi de vechü şebeh açısından daha bilinir olmalıdır.”⁹⁰ Teftâzânî ise hal ve imkânın beyanında daha bilinir olma şartının bulunmadığı görüşündedir. Aynı şekilde miktarın beyanında tam olması gerekmediği gibi müşebbehün bihin ne eksik ne fazla olmak üzere müşebbehin miktarında olması gerektiği görüşündedir.⁹¹

Suyûtî, Teftâzânî'den çıkarım yaparak كُتْلُ الْكَرِّ السَّيِّئِ إِلَّا بِأَهْلِهِ :“Kötülük tuzakları, kuranların ayağına dolaşır.”⁹² ifadesinde eşitlik olduğunu ve söylendiği gibi icâzın söz konusu olmadığını söylemiştir. Teftâzânî bu hazfin söylenmek istenenin aslının sağlanması için gerekli olmadığı ve açıklanması durumunda itnâb veya uzatma olacağı görüşündedir.⁹³

Suyûtî, Teftâzânî'nin hakikat ve istiare tanımı ile istiarenin bilgi vermesinin imkansızlığı hakkındaki açıklamasını benimsemiştir. Ayrıca Teftâzânî'nin istiarenin iki tarafın mefhumuna giren ve iki tarafın da mefhumuna girmeyen olarak ikiye ayrılmasını öngören taksimini benimsemiştir.⁹⁴

Görüldüğü üzere Suyûtî Teftâzânî'den faydalanmış ve ondan alıntı yaptığı yerlerde atıf yapmayı ihmal etmeyerek hakkını teslim etmiştir.

4.5. el-Burhân fî 'Ulûmi'l-Kur'ân

Bedreddîn ez-Zerkeşî (öl. 794/1392), Kur'ân ilimleri alanında eser telif eden öncü kimselerden sayılır. Onun el-Burhân fî 'ulûmi'l-kur'ân adlı kitabı, eser telif edenlerin yolunu aydınlatan bir meşale görevi görmüştür. O, bu kitabında Kur'ân

⁸⁷ Sa'düddîn'in et-Teftâzânî, *Muhtasaru'l-me'ânî*, (Beyrut: Dâru'l-Fikr, ts.), 9-12.

⁸⁸ Süyûtî, *Şerhu 'ukûdi'l-cümân*, 78

⁸⁹ el-Bakara 2/18.

⁹⁰ Sa'düddîn et-Teftâzânî, *el-Mutavvel şerhu telhisi'l-miftâh*, (Beyrut: Dâru'l-Kütübi'l-İlmiyye, 1971), 544

⁹¹ et-Teftâzânî, *el-Mutavvel şerhu telhisi'l-miftâh*, 542-5428.

⁹² el-Fâtır 35/43.

⁹³ Süyûtî, *Şerhu 'ukûdi'l-cümân*, 68.

⁹⁴ Süyûtî, *Şerhu 'ukûdi'l-cümân*, 93-94.

ilimleri ile ilgili konuları ele almıştır. Bu konuda şöyle demektedir: “Kur’ân ilimleri derli toplu hale gelmemişken ve kavramları incelenmemişken mümkün mertebe onunla ilgilenmek gerekti. Bizden öncekilerin kaçırdığı şeylerden biri de hadis ilmi üzerine yazılan kitaplarda olduğu gibi farklı Kur’ân ilmilerini bir arada toplayan bir kitap ortaya koymak olmuştur. Allah’ın inayetiyle Kur’ân’ın kapılarını açan bir anahtar olması ve müfessirlere onun hakikatlerini gösteren ve sırlarını açığa çıkaran bir gösterge olması amacıyla insanların bu ilimler hakkında söylediklerini bir araya getiren, nüktelerini ve hatalarını inceleyen, hem kalpleri sevinçle titreten hem de akılları hayrete düşüren şık kavramlar ve zarif hükümleri ihtiva eden bir kitap telif ettik.”⁹⁵

Bu eser, Kur’ân ilimleri ile ilgili kırk yedi çeşidi ihtiva etmektedir. Müellifin eserinin ilk konusu esbâb-ı nüzul, son konusu ise edatlardır. O, Kur’ân ilimleri ile ilgili kırk yedi türden herhangi birinin incelenmesi için yıllara ihtiyaç olduğunu belirtir. Yine de her türün esaslarına ve bazı bölümlerine işaret etmekle iktifa etmiştir.⁹⁶

Suyûtî, muhtasar olarak yazdığı et-Tahbîr fî ‘ilmi’t-tefsîr kitabında Zerkeşî’nin yöntemini takip etmeye çalışmıştır. Kitabın basit, toparlayıcı ve düzenli bir eser olmasını amaçlamıştır. Bu sırada el-Bürhân adlı eserin varlığından haberdar olmuş ve üzerinde çalışmak için bu kitaba erişmiştir. Suyûtî İtkân’ın mukaddimesinde bunu tasdik etmektedir.⁹⁷ Üzerinde çalıştığı sırada eserden memnun kalmış ve telif azmi artmıştır. Ardından İtkân’ı kaleme almış ve bu kitabın el-Bürhân ile arasındaki ana farkları şöyle açıklamıştır: “Çok önemli, çok faydalı ve oldukça kapsamlı olan bu kitabı yazarken içindeki türleri el-Bürhân’dan daha düzgün bir şekilde düzene koydum. Bazı türleri birleştirdim, açıklanması gerekenleri detaylandırdım ve içindeki değerli ve faydalı bilgileri arttırdım.”⁹⁸ Buna göre Suyûtî, Zerkeşî’nin eserinde geçenleri benimsediğini ikrar etmektedir. Ancak onun eserini el-Bürhân’dan farklı bir konuma taşıyan nokta, konuları bölümlere ayırma, bazı türleri birleştirme ve yeni türler ekleme hususunda daha titiz davranmasıdır. Yine de okuyucunun eserde geçenleri Zerkeşî’nin yazdıklarına benzetmesi mümkündür. Zaten bir temel üzerinde yükselen şey, üzerinde yükseldiği temelin malzemesini muhafaza etmektedir.

Suyûtî, kitabını seksen bölüm halinde kaleme almıştır. Birinci bölüm معرفة المكي والذني “Mekkî ve Medenî sûreleri bilmek”, onlar hakkında bilgi edinmek, son bölüm ise طبقات المفسرين “Müfessirlerin Dereceleri” yani onların sınıflandırılmasıdır. O, bu konuda şunları ifade etmektedir: “Bu seksen tür

⁹⁵ Bedrüdîn ez-Zerkeşî, *el-Burhân fî ‘ulûmi’l-kur’ân*, thk. Muhammed Ebû’l-Fadl İbrahim, (Beyrut: Dârü İhyâi’l-Kütübü’l-‘Arabiyye, 1376/1957), 1/9.

⁹⁶ ez-Zerkeşî, *el-Burhân fî ‘ulûmi’l-kur’ân*, 1/13.

⁹⁷ es-Suyûtî, *el-İtkân fî ‘ulûmi’l-kur’ân*, 1/23-24.

⁹⁸ es-Suyûtî, *el-İtkân fî ‘ulûmi’l-kur’ân*, 1/27.

*birleştirme yoluyla elde edilmiştir. Eğer benim birleştirdiklerimi birbirinden ayırırsanız sayı üç yüze çıkar.*⁹⁹

İki kitabı da okuyan kimse, müelliflerin birçok benzer niteliği taşıdığını görecektir. Bu nitelikler; her iki müellifin eserlerini telif yöntemi, konuyu başkalarının ifadelerini kullanarak sunma, bu ifadelerle eklemeler yapma, çıkarımda bulunma, örnek teşkil eden delilleri toplama, açıklama ve analiz yoluyla bunların üzerinde durma şeklindedir. Nakillerin düzeltilmesi noktasında ise farklılıklar söz konusu olabilmektedir. Ayrıca iki eserde çoğu zaman aynı ifadeler kullanılmış ve konular benzer şekilde tertip edilmiştir. Bu benzerlikleri ortaya çıkarmak için belirli örnekler üzerinde durmak yerinde olacaktır. Mesela, Zerkeşi eserinde kinaye konusunu izah ederken Arapların kinayeyi belagat ve hüner olarak kabul ettiklerine ve onlara göre kinayenin tasrihten daha belîğ olduğuna değinmektedir. Sözü et-Tartûsî'nin fasih mesellerin çoğunun kinaye yoluyla elde edildiğine dair görüşüyle desteklemiştir. Buna örnek olarak da كَانَ إِذَا دَخَلَ الْعَشْرُ أَقْفَطَ أَهْلَهُ وَشَدَّ الْمُنَزَّرَ "On (Ramazan'ın son on günü) girdiğinde (Rasûlullah sav.) aile fertlerini uyandırır ve kendini ibadete verirdi."¹⁰⁰ hadisi göstermiştir.

Zerkeşi kinayeyi, bir şeyi ismini açıktan söylemeden kastetmek şeklinde tanımlamıştır. Beyan ilmiyle ilgilenenler de benzer şekilde kinayeyi mütetekellimin, bir manayı dilde onun için belirlenen lafzı zikretmek yerine onu ima eden tali bir mana ile ifade etmesi ve böylece mananın ispatını arttırması olarak tanımlamışlardır. Boyunun uzunluğundan kinaye olarak طَوِيلُ الْإِنْبَاد : "Kılıç bağı uzun" ve cömertlikten kinaye olarak كَثِيرُ الرَّمَاد : "Külü çok" denmesini misal vermişlerdir.¹⁰¹

Zerkeşi, belâgat alimlerinin kinayenin mecaz mı yoksa hakikat mi olduğu noktasında ihtilafa düştüklerinden bahsetmiş ve Tartûsî'nin el-'Umde'deki sözüne atıfla beyan ehlinin Kur'ân'da kinayenin varlığı konusunda da görüş birliğine varamadıklarını söylemiştir.¹⁰² O, mukaddimesini Şeyh İzzeddîn'in kinaye yapıldığında lafız kendisine tayin edilen konumda kullanılarak başka bir şeye delalet ettirildiği için kinayenin mecaz olarak değerlendirilemeyeceğini ifade eden sözünü naklederek sonlandırmıştır. Zira bu şekilde lafız bulunduğu konumdan çıkarılmış olmaz.¹⁰³

Suyûtî ise mukaddimesinde öncelikle kinaye ve tarizin belagat türlerinden ve fesahat üsluplarından olduğunu söyleyerek söze girmiştir. Ardından kinayenin

⁹⁹ es-Suyûtî, *el-İtkân fî 'ulûmi 'l-kur'ân*, 1/31.

¹⁰⁰ İbn Hacer el-'Askalânî, *Fethu 'l-bâri şerhu sahihi buhârî*, thk. Muhammed Fuâd Abdülbâkî ve dğr., (Beirut: Dâru'r-Reyyân, 1407/1986), 4/316.

¹⁰¹ ez-Zerkeşi, *el-Burhân fî 'ulûmi 'l-kur'ân*, 2/301.

¹⁰² ez-Zerkeşi, *el-Burhân fî 'ulûmi 'l-kur'ân*, 2/301.

¹⁰³ ez-Zerkeşi, *el-Burhân fî 'ulûmi 'l-kur'ân*, 2/301.

tasrihten daha belîğ olduğunu ve beyan ehline mananın lazımlarını kasteden lafız olarak tanımlandığını ifade etmiştir. Akabinde et-Tibî'nin (ö. 743/1343) kinaye, lüzum açısından söz konusu lafza denk olan bir şey ile tasrihten kaçınmaktır. Böylece melzuma intikal edilir şeklindeki tanımına yer vermiştir. Ayrıca et-Tibî'nin Kur'ân'da mecazın varlığını inkâr edenin kinayenin varlığını da inkâr edeceğine dair değerlendirmesini zikretmiş ve kinayenin mecaz değil hakikat olduğunu savunduğunu aktarmıştır.¹⁰⁴

Zerkeşî, kinayenin sebeplerini ve amaçlarını açıklamış ve kinayenin on tane amacı olduğunu söylemiştir. Bunlar; sözün etkinliğine ve muhatabın kıvrak zekasına dikkat çekmek, bir lafız yerine ondan daha güzelini kullanmak, kulağa kötü gelen lafız yerine başka bir lafız kullanmak, lafız güzelleştirmek, zemmetmede mübalağa yapmak, sonuca dikkat çekmek, sözü özetlemek, bir cümleyi zahiri anlamının tersine kullanmak ve kelimelerin hakikat mi mecaz mı olduğuna bakmaksızın ana fikre bakarak söylenmek isteneni ifade etmektir.¹⁰⁵

Zerkeşî bunlara Kur'ân'dan örnekler de vermiştir. Bu örneklerin sayısı ve tahlil gereksinimi farklılık göstereceğinden her sebep için üzerinde tahlil yapmaksızın bir veya iki örnek göstermiştir. Bununla birlikte kinayenin dördüncü sebebi olarak zikrettiği kulağa kötü gelen lafız yerine başka lafız kullanmak maddesini açıklarken örnekleri çeşitlendirmiştir. Bu maddede on tane örnek zikretmiş ve bazılarının üzerinde tahlil de yapmıştır. Şu ayet-i kerimeler bu örneklerdendir: *وَلَكِنْ لَا تُوَاعِدُوهُمْ سِرًّا*: "Ancak onlarla gizli sözleşme yapmayın."¹⁰⁶, *كَانَا يَأْكُلَانِ الطَّعَامَ*: "İkisi de yerlerdi."¹⁰⁷ Bu maddede ayetlere ek olarak hadislerden de delil getirmiştir.¹⁰⁸

Suyûtî ise kinayenin altı sebebini zikretmiştir. Bunlar; güçlülüğe dikkat çekme, bir lafız yerine daha güzel başka bir lafız tercih etme, zikri çirkin olanın açıktan söylenmesi yerine başka lafız tercih etme, belagat, mübalağa ve ihtisarı amaçlama ve sonuca dikkat çekmedir.¹⁰⁹ O, kinayenin sebepleri konusunda Bedreddîn b. Mâlik'in (ö. 686/1287) el-Misbâh isimli eserindeki şu sözüne atıf yapmıştır: *"Ancak izah veya nitelenen durumun beyanı veya miktarı ile övme veya yerme gibi nükteler için tasrih yerine kinaye tercih edilir."*¹¹⁰ Suyûtî, kinayenin her bir sebebi için ikiden fazla olmamak kaydıyla Kur'ân'dan örnek getirmiş ve bu örneklerin üzerinde çok durmamıştır. Bunların arasında istisna olarak üçüncü sebebe on bir örnek göstermiştir.¹¹¹

¹⁰⁴ es-Suyûtî, *el-İtkân fî 'ulûmi'l-kur'ân*, 3/159.

¹⁰⁵ ez-Zerkeşî, *el-Burhân fî 'ulûmi'l-kur'ân*, 2/301-309.

¹⁰⁶ el-Bakara 2/235.

¹⁰⁷ el-Mâide 5/75.

¹⁰⁸ ez-Zerkeşî, *el-Burhân fî 'ulûmi'l-kur'ân*, 2/304-307.

¹⁰⁹ es-Suyûtî, *el-İtkân fî 'ulûmi'l-kur'ân*, 3/159-161.

¹¹⁰ es-Suyûtî, *el-İtkân fî 'ulûmi'l-kur'ân*, 3/162.

¹¹¹ es-Suyûtî, *el-İtkân fî 'ulûmi'l-kur'ân*, 3/159-161.

Zerkeşî, kinaye konusunu iki şeye dikkat çekerek bitirmiştir. Birincisi, kinayede mecazdaki gibi karine şartının olup olmadığının kritiğini yapmış ve bu anlaşmazlığın temelinin kinaye mecaz mıdır yoksa hakikat midir sorusuna dayandığını söylemiştir. Ardından karine şartı ile ilgili Abdülkâhir el-Cürcânî'nin (ö. 471/1078) görüşüne yer vermiştir. İkincisi ise Araplar ancak bir şeyin zikri çirkinse kinaye yaparlar sözünü yorumlamıştır. Bu iddiaya karşı çıkmış ve hatalı bulmuştur. *وَيَبِئْكَ فَطَهَّرُ*: "Elbiseni tertemiz tut."¹¹² ayeti buna örnektir. Burada elbise kalpten kinayedir.¹¹³

Suyûtî çalışmasının sonunda kinayeye benzeyen bir bedî'i tür olan irdâftan bahsetmiştir. İrdâfî, mütekellimin bir manayı kastetmek için ona ait lafzı kullanmaması ve işaretle delalet etmemesi; bunun yerine onun yerine geçen bir lafzı kullanması olarak tanımlamıştır. Örnek olarak *وَقُضِيَ الْأَمْرُ*: "Hüküm yerini buldu."¹¹⁴ ayetini vermiştir. Bu ifadenin aslı *وَهَلَكَ مَنْ قَضَى اللَّهُ هَلَاكَهُ وَنَجَا مَنْ قَضَى اللَّهُ نَجَاتَهُ*: "Allah'ın helakına hükmettiği kimseler helak oldu, kurtulmasına hükmettiği kimseler kurtuldu." şeklindedir.¹¹⁵

Suyûtî'nin Zerkeşî'nin ifadelerini yoğunlaştırmaya ve iyileştirmeye çalışmıştır. Nitekim Zekeşî'nin zikredilmesi kulağa kötü geliyorsa nefse hoş gelmeyen şey kinayeli söylenir ifadesini zikredilmesi çirkin olanın tasrihi (yerine) olarak adlandırması buna örnektir.¹¹⁶ Burada Suyûtî'nin ifadesinin daha titiz olduğu açıktır. Ancak bu Suyûtî'nin ilim yolunda Zerkeşî'yi takip ettiği gerçeğini değiştirmemektedir. Yolu açma meziyeti Zerkeşî'nin, bu yolu süsleyip güzelleştirme ve ilerletme meziyeti de Suyûtî'nindir.

4.6. Hizânetü'l-Edeb ve Gâyetü'l-Ereb

İbn Hicce el-Hamevî (ö. 837/1434), el-Bedî'yye kasidesi ve Hizânetü'l-edeb adlı kitabı sayesinde şöhret kazanmış bir ediptir. Yüz kırk iki beyitten oluşan bedî'yyesini yazma motivasyonu, kendisinden önce yazılan bedî'yyeleri beğenmesi ve onlardan daha iyisini yazmak istemesidir. Bu kasidede her bir beyit farklı bir bedî'i türünü içermektedir ve bu beyitlerin adına beyit içerisinde işaret etmiştir. Hizânetü'l-edeb'i ise el-Bedî'yye'deki müphemlikleri açıklamak ve anlaşılır kılmak için kaleme almıştır. Büyük ilgi ve övgüyle karşılaşan bu eser gerek manzum gerekse de mensur cümleler açısından zengin olması yönüyle Memlûk Dönemi Arap edebiyatını iyi bir şekilde yansıtmaktadır.¹¹⁷

¹¹² el-Müddessir 74/4.

¹¹³ ez-Zerkeşî, *el-Burhân fî 'ulûmi'l-kur'ân*, 2/311.

¹¹⁴ el-Hüd 11/44.

¹¹⁵ es-Suyûtî, *el-İtkân fî 'ulûmi'l-kur'ân*, 3/162.

¹¹⁶ es-Suyûtî, *el-İtkân fî 'ulûmi'l-kur'ân*, 3/160.

¹¹⁷ Ahmed İbrahim Musa, *es-Sıbağ'u'l-bedî'i fî'l-luğati'l-'arabiyye*, (Kahire: Dârü'l-Kütübî'l-'Arabî, 1388/1969), 394.

Hamevî, Hizânetü'l-edeb'de bedî'î türleri ele alırken önce söz konusu türü bedî'iyyesinden beyitlerle arz etmiş, ardından tanımlamış ve nihayetinde gerek nesir gerek şiirlerden örnekler vermiştir. Bu yönüyle dönemin alışlagelen tarzının da dışına çıkmıştır.

Suyûtî'nin Hamevî'ye olan hayranlığı 'Ukûdu'l-cümân'ının birçok yerinde kendisinin görüşünü zikretmesinden anlaşılabilmektedir. Dahası bedî' ilmini konu aldığı bir yerde sözlerini el-Bedî'iyye'den aldığı bir beyitle bitirmiş ve bu beyitin içeriğini takdir etmiştir.¹¹⁸ Meselâ, Suyûtî Hamevî'nin iktibas sanatıyla ilgili örnek ve yorumlarının bir kısmını almıştır.¹¹⁹ Ayrıca bazı lafızları düşen tevriye-i mücerredenin ölçüsü hakkında Hamevî'den nakil yapmıştır.¹²⁰ Bunu müteakip tevriye-i mübeyyene ve tevriye-i müheyee kavramlarını açıklarken de onun tanımlarını, örneklerini ve yorumlarını nakletmiştir.¹²¹

Suyûtî'nin zikrettiği lafzi güzelliklerden biri de cinâsü't-tâmü'l-müeffaktır. Suyûtî bu kavramı Hamevî'den yaptığı alıntıyla tanımlamış ve onun örneklerini aktarmıştır. Ayrıca az sayıda cinâs-ı tam ile cinâs-ı müeffak'ı ayıranlardan da nakil yapmıştır.¹²²

Görüldüğü üzere Suyûtî okuyabildiklerini araştırmasına dahil etmeye çalışmış ve araştırmasının tüm yönleriyle ilgili bilgi edinmeye çalışırken bunları nakletmekten de çekinmemiştir. Hamevî'nin eserleri Suyûtî'nin araştırmalarının büyük bölümünü oluşturan temel kaynaklar arasında yer almaktadır.

Sonuç

Suyûtî, iyi bir aile ortamında yetişerek çok iyi bir eğitim almıştır. Müderris ve kadı olan babası onun kıvrak zekasını, meseleleri kavrama gücünü ve ilme olan yatkınlığını fark etmiş ve eğitimi ile bizzat ilgilenmiştir. Yaşadığı çağdaki kültürel kaynakların çokluğundan dolayı dönemin önde gelen hocalarını yakinen takip etme imkânı bulmuş, başta muhaddis İbn Hacer el-'Askalânî olmak üzere devrinin önde gelen alimlerinden çeşitli ilimleri tahsil etmiş, araştırma ve tahkik çalışmalarına büyük önem vermiştir. İlim öğrenmek için yaptığı çok sayıda yolculukla da bunu pekiştirmiş ve bu yolculuklar sırasında çok sayıda icazet ve beraat almıştır. Böylece belirli ilimlerde yetkinlik kazanmış ve bu yetkinlikler sayesinde eser telifi, yazım ve tasnif alanında özgürce tasarrufta bulunmuştur. On yedi yaşında bir gençken Şerhu'l-isti'âzeti ve'l-besmele'yi kaleme almıştır. Bu nedenle çoğu kişi onu bilgin, mütefekkir veya İslam mütefekkirlerinin başı olarak nitelendirmişlerdir.

¹¹⁸ es-Suyûtî, Şerhu 'ukûdi'l-cümân fi'l-me'ânî ve'l-beyân ve'l-bedî', 157.

¹¹⁹ es-Suyûtî, Şerhu 'ukûdi'l-cümân fi'l-me'ânî ve'l-beyân ve'l-bedî', 168.

¹²⁰ es-Suyûtî, Şerhu 'ukûdi'l-cümân fi'l-me'ânî ve'l-beyân ve'l-bedî', 113.

¹²¹ es-Suyûtî, Şerhu 'ukûdi'l-cümân fi'l-me'ânî ve'l-beyân ve'l-bedî', 113; İbn Hicce el-Hamevî, Hizânetü'l-edeb ve'ğâyetü'l-ereb, thk. 'İsâm Şakyû, (Beyrut: Dârü'l-Hilâl, 2004), 2/246-251.

¹²² el-Hamevî, Hizânetü'l-edeb ve'ğâyetü'l-ereb, 1/67-71.

Ömrünü kitap okumaya ve kitap telif etmeye adanmıştır. Beş yüzden fazla eser yazmıştır. Eserleri ansiklopedik niteliğe sahiptir. Onun her bir eser eseri, küçüğünden büyüğüne tüm meselelerini ele aldığı bütüncül bir disiplini temsil etmektedir. Yazdığı eserlerin okuyucuyu sıkmaması, onların rahat istifade edebilmesi ve kolay öğrenmelerini sağlamak için çok çaba sarf etmiştir. Ayrıca ilmi dürüstlüğüünün yanı sıra güvenilirliği, mütevazı ve alçak gönüllü olması, okuyucunun kendisine hayran olmasına sebep etkenlerdendir. Zira o, eserlerinde kendinden önceki alimlerden ve onların eserlerinden istifade ettiğini inkâr etmemiştir.

Belagat ve belagat ilimlerinin Suyûtî'nin ilmi hayatında özel bir yeri vardır. Belagati Kur'ân-ı Kerîm'i anlamada bir araç olarak görmüş ve bu nedenle belagat ilmine çok önem vermiştir. Bu ilmi bilmeyenin Kur'ân-ı Kerîm'i i'caz ve îcâzını anlamasının imkânsız olduğu ifade etmiştir.

Suyûtî'nin belagat araştırmaları, çeşitli kaynaklardan beslenmesi itibariyle verimli bir sahadır. Belâgat ilmini tedvininde Ebû Ya'kûb es-Sekkâkî, Hatîb el-Kazvîni, Bahâddîn es-Sübkî, Sa'deddîn et-Teftâzânî, Bedreddîn ez-Zerkeşî ve İbn Hicce el-Hamevî gibi önemli alimlerin eserlerinden istifade etmiştir. Bu eserlerdeki bütün konuları ele almış, üzerine eklemeler yapmış, tenkit edilen unsurları düzeltmiş, kapalı kalanları açıklamak için Kur'ân, hadis ve şiiirlerden deliller getirerek örnekler vermiştir. Böylece konuları özlü ve basit bir biçimde sunmaya gayret etmiştir.

Belagat çalışmalarında genelden özele doğru bir yazım usulünü takip etmiştir. Bir mevzuyu Kur'ân-ı Kerîm'in i'câzı, belagat açısından i'câzı, belagatin o konuyla olan bağlantısı ve özellikle konunun bedî' türleri ile olan bağımlı belagat açısından araştırmıştır.

Kitaplarında yazdığı konunun kaynaklarını ele alırken birleştirici bir yaklaşım izlemeye çalışmıştır. Kendilerinden nakil yaptığı âlimlerin isimlerini zikretmiş, onların sözlerini ve kritiklerini belirtmiş, ardından onların kavramlarını lafız ve îcâz açısından daha basit bir şekilde yeniden formüle etmeye çalışmıştır.

Bir belagat konusunu sunarken mukayese yöntemini kullanmaya çalışmıştır. Faydalandığı eserlerden her şeyi olduğu gibi kabul etmemiş, kimi yerlerde reddetmiş ve başka görüşleri de tercih etmiştir. Bir cümleyi veya ilk paragrafı veya da bir ibareyi alıp aynı konudan kendi cümlesiyle bahsederek farklı bir yöntem izlemiştir.

Onun başta belâgat ilmi olmak üzere yaptığı çalışmaların içeriği, edebi ve ilmi değerinin anlaşılması ve İslam dünyasında ve özellikle de ülkemizde hak ettiği değerin ortaya çıkarılabilmesi için çok daha fazla akademik çalışmaya ihtiyaç olduğu bir gerçektir.

Kaynakça

- el-'Askalânî, İbn Hacer. *Fethu'l-bâri şerhu sahihi buhârî*. thk. Muhammed Fuâd Abdülbâkî ve dğr. Beyrut: Dâru'r-Reyyân, 1407/1986.
- el-Cüveynî, Mustafa Sâvî. *el-Belâğatü'l-'arabiyye beyne't-te'sîl ve't-tecdîd*. İskenderiye: Münşeatü'l-Me 'Ârif, 1985.
- Çetkin, Muhammet. *Celâddîn es-Suyûtî ve Arap Gramerindeki Yeri*. Erzurum: Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, 2014.
- Durmuş, İsmail. "Ebû Ya'kûb es-Sekkâkî". *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi*. 36/332-334. İstanbul: TDV yayınları, 2009.
- Göksu, Erkan. "Celâleddin es-Suyûtî ve Tarihçiliği". *Nüşa Dergisi* 25/2 (2007), 37-54.
- el-Ğazzî, Necmüddîn Muhammed b. Muhammed. *el-Kevâkibu's-sâire bie'yâni'l-mieti'l-'âşire*. thk. Halil Mansûr. Beyrut: Dârü'l-Kütübi'l-'İlmiyye, 1418/1997.
- el-Hamevî, İbn Hicce. *Hizânetü'l-edeb ve ğâyetü'l-ereb*. thk. 'İsâm Şakyû. Beyrut: Dârü'l-Hilâl, 2004.
- Hammûde, Tâhir Süleymân. *Celâleddîn es-Suyûtî 'asruhû ve hayâtuhû ve âsaruhû ve cuhûduhû fî'd-dersi'l-luğavî*. Beyrut: Mektebu'l-İslâmî, 1410/1989.
- el Hanbelî, Ebu'l-Felâh İbn'ül-'İmâd. *Şezerâtü'z-zeheb fî ahhârin min zeheb*. thk. Mahmud Arnaûd ve diğ. Beyrut: Dâru İbn-i Kesîr, 1406/1986.
- el-Kazvînî, Hatîb. *Telhîsü'l-miftâh*. Karaçi: Mektebetü'l-Büşrâ, 1431/2010.
- Musa, Ahmed İbrahim. *es-Sıbağu'l-bedî 'î fî'l-luğati'l-'arabiyye*. Kahire: Dârü'l-Kütübi'l-'Arabî, 1388/1969.
- Özkan, Halit. "es-Suyûtî". *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi*. 38/188-198. İstanbul: TDV Yayınları, 2010.
- es-Sekkâkî, Ebû Ya'kûb. *Miftâhu'l-'ulûm*. thk. Naîm Zarzûr. Beyrut: Dârü'l-Kütübi'l-'İlmiyye, 1407/1987.
- Selmân, Adnân Mahmûd. *es-Suyûtî'n-nahvî*. Bağdâd: Dâru'r-risâle, 1396/1976.
- es-Suyûtî, Celâleddîn. *Cene'l-cinâs*. thk. Muhammed Ali el-Hafâcî. Dâru'l-Fenniyye, ts.
- es-Suyûtî, Celâleddîn. *Fethu'l-celîl li'l-'abdi'z-zelîl*. thk. Muhammed Rıf'at Zincîr. Beyrut: Müessesetür-Reyyân, 1423/2002.
- es-Suyûtî, Celâleddîn. *Hüsnu'l-muhâzara fî târihi mısır ve'l-kâhire*. thk. Muhammed Ebu'l-Fadl İbrahim. Mısır: Dâru İhyâi'l-Kütübi'l-'Arabîyye, 1387/1976.
- es-Suyûtî, Celâleddîn. *el-İtkân fî 'ulûmi'l-kur'ân*. thk. Muhammed Ebu'l-Fadl İbrahim. el-Hey'etü'l-Mısriyyetü'l-'Âmme li'l-Kitâb, 1394/1974.

- es-Suyûtî, Celâleddîn. *İtmâmü'd-dirâye li-kurrâi'n-nükâye*. thk. İbrahim el-'Acûz. Beyrut: Dârü'l-Kütübi'l-'İlmiyye, 1405/1985.
- es-Suyûtî, Celâleddîn. *Mu'tereku'l-ikrân fî i'câzi'l-kur'ân*. Beyrut: Dârü'l-Kütübi'l-'İlmiyye, 1408/1988.
- es-Suyûtî, Celâleddîn. *el-Müzhir fî 'ulûmi'l-belâğa*. thk. Ali Muhammed el-Bicâvî ve dğr. Beyrut: Mektebetü'l-'Asriyye, 1406/1986.
- es-Suyûtî, Celâleddîn. *Nazmu'l-bedî' fî medhi hayri şefî'*. thk. Ali Muhammed Muavviz ve dğr. Haleb, Dârü'l-Kalemi'l-'Arabî, 1416/1995.
- es-Suyûtî, Celâleddîn. *Şerhu makâmât-i celâleddîn es-suyûtî*. thk. Semîr Mahmûd ed-Derûnî. Beyrut: Müessesetü'r-Risâle, 1409/1989.
- es-Suyûtî, Celâleddîn. *Şerhu 'ukûdi'l-cümân fî l-me'ânî ve l-beyân ve l-bedî'*. Beyrut: Dârü'l-Fikr, ts.
- es-Suyûtî, Celâleddîn. *Târihu'l-hulefâ*. Mektebetü Nezzâr Mustafâ el-Bâz, ts.
- es-Suyûtî, Celâleddîn. *Tenâsuku'd-dürer fî tenâsubi's-süver*. thk. Abdülkâdir Ahmed 'Atâ. Beyrut: Dârü'l-Kütübi'l-'İlmiyye, 1406/1986.
- es-Sübki, Bahâüddîn. *'Arûsü'l-efrâh fî şerhi telhîsi'l-miftâh*. thk. Abdülhamid Hindâvî. Beyrut: Mektebetü'l-'Asriyye, 1423/2003.
- et-Teftâzânî, Sa'düddîn. *Muhtasaru'l-me'ânî*. Beyrut: Dârü'l-Fikr, ts.
- et-Teftâzânî, Sa'düddîn. *el-Mutavvel şerhu telhîsi'l-miftâh*. Beyrut: Dârü'l-Kütübi'l-'İlmiyye, 1971.
- et-Teftâzânî, Sa'düddîn. *el-Mutavvel şerhu telhîsi'l-miftâhi'l-'ulûm*. Çev. Zekeriya Çelik. İstanbul: Litera Yayıncılık, 2019.
- Yiğit İsmail, "Memlükler". *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi*. 29/90-97. Ankara: TDV Yayınları, 2004.
- ez-Zerkeşi, Bedrüddîn. *el-Burhân fî 'ulûmi'l-kur'ân*. thk. Muhammed Ebü'l-Fadl İbrahim. Beyrut: Dârü İhyâi'l-Kütübi'l-'Arabîyye, 1376/1957.

83. Bölüm

Sağlık Hizmetleri Piyasası ve Özellikleri

Hacı Hayrettin TIRAŞ¹

Hüseyin AĞIR²

1 Dr. Öğr. Üyesi, Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, Zübeyde Hanım Sağlık Bilimleri Fakültesi, Sağlık Yönetimi Bölümü, hhayrettintiras@hotmail.com, ORCID: 0000- 0001-5197-9827

2 Prof. Dr. Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, İ.İ.B.F. İktisat Bölümü, İktisat Politikası Anabilim Dalı, huseyin.agir@hbv.edu.tr, ORCID: 0000-0003-1642-2876

Özet

Sağlık hizmetleri piyasası en basit ifadeyle sağlık mal ve hizmetlerinin alınıp satıldığı piyasalar olarak tarif edilebilir. Sağlık hizmetleri piyasası diğer mal ve hizmet piyasalarından oldukça farklı özelliklere sahiptir. Sağlık hizmetleri piyasasında tam rekabet piyasasının temel özellikleri olan atomisite, mobilite, homojenlik ve şeffaflık-açıklık yoktur. Eksik rekabetin olduğu ve tekelleşmeye uygun olan sağlık hizmetleri piyasasında bu özellikler yerine sağlık hizmetlerinin özelliklerinden kaynaklı kendine has özellikleri bulunmaktadır. En önemlileri, mal ve hizmet ihtiyacının tesadüfi ve öngörülemez olması, denenemez, stoklanamaz, ikame edilemez ve heterojen mal ve hizmetlerin üretilmesi, asimetrik bilginin olması ve bilginin maliyetinin olması, piyasaya giriş engellerinin varlığı, dışsallıklar, satıcıların azlığı, arz ve talep dengesizliğinin olması, talebin belirsizliği ve arzın kısa sürede artırılmaması, bazı mal ve hizmetlerin devlet tarafından üretilmesi zorunluluğu ve devletin piyasaya tüm kesimleri korumak amacıyla müdahalede bulunmak zorunda olması sayılabilir. Bu özellikleri dolayısıyla sağlık hizmetleri piyasası diğer mal ve hizmetler piyasasından oldukça farklılaşmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Piyasa, sağlık, Sağlık Hizmetleri, Sağlık Hizmetleri Piyasası

Jel Kodları: D40, I10, I11, I12

HEALTHCARE MARKET AND ITS CHARACTERISTICS

Abstract

The health services market can be described in the simplest terms as the markets where health goods and services are bought and sold. The health services market has quite different characteristics from other markets for goods and services. There is no atomicity, mobility, homogeneity and transparency-openness, which are the basic features of a perfectly competitive market in the healthcare market. In the health services market, where there is imperfect competition and suitable for monopolization, instead of these features, health services have their own unique features. The most important ones are the random and unpredictable need for goods and services, the production of untestable, unstorable, non-substitutable and heterogeneous goods and services, the existence of asymmetric information and the cost of information, the existence of barriers to entry to the market, externalities, the scarcity of sellers, the imbalance of supply and demand, uncertainty and the inability to increase the supply in a short time, the necessity of producing some goods and services by the state, and the fact that the state has to intervene in the market in order to protect all

segments. Due to these features, the health services market is quite different from the other goods and services market.

Keywords: Market, Health, Health Services, Health Services Market

JEL Codes: D40, I10, I11, I12

1. GİRİŞ

Ekonomik ve sosyal gelişmişliğin en önemli göstergelerinden birisi toplumun sağlık düzeyi ve sunulan sağlık hizmetleridir. Herkesin en doğal hakkı olan sağlıklı olmak ihtiyaç duyulan sağlık hizmetlerinin sunulmasına ve vatandaşların bu hizmetlerden faydalanmasına bağlıdır. Sağlık mal ve hizmetlerinin üretildiği piyasalar sağlık hizmetleri piyasası olarak isimlendirilmektedir. Bazı iktisatçılar sağlık hizmetlerini zorunlu mal sınıfında kabul ederek devletin tüm vatandaşlarına sunması gerektiğini ifade ederken, bazı iktisatçılar sağlık hizmetlerinin de diğer mal ve hizmetler gibi piyasa koşullarında alınıp satılabileceğini ve verimli bir şekilde üretilebileceğini ifade etmektedir. Ancak sağlık hizmetlerinin özellikleri sağlık hizmetleri piyasasını diğer mal ve hizmetler piyasalarından ayırmaktadır.

Piyasa mekanizması incelendiğinde prensip itibariyle kapitalist sistemlere özgü bir yapı olduğu görülmektedir. Günümüz şartlarına göre piyasayı tanımlamak istediğimizde, belirli bir ihtiyaç ve tatmin kapsamında alıcı ve satıcıları bir araya getiren her türlü fiziksel ve elektronik ortamlar veya organizasyonlar olarak ifade edilebilir. İktisat literatüründe ise piyasalar, tam rekabet piyasası ve monopol olarak adlandırılan tekel piyasası ile bu ikisi arasında kalan ve tam rekabet şartlarından sapma derecesine göre farklılaşan yapılardan oluşmaktadır. İdeal bir piyasa yapısını ifade eden tam rekabet piyasası, çok sayıda alıcı ve satıcıyı barındıran, piyasaya giriş ve çıkışlarda hiçbir engelin olmadığı, tarafların piyasaya ilişkin tam bilgiye sahip olduğu, homojen malların alınıp satıldığı, piyasaya hiçbir müdahalenin olmadığı, fiyatların arz ve talep ölçüsünde serbestçe oluştuğu piyasa biçimini ifade etmektedir.

Günümüzde hızla büyüyen sağlık sektörü ve sağlık hizmetleri piyasası tam rekabet piyasanın sayılan özellikleri ile uyuşmamaktadır. Sağlık hizmetleri piyasası eksik rekabetin olduğu, monopolleşmeye daha uygun piyasa yapısı ile tam rekabet piyasasından oldukça farklı bir yapıya sahiptir. Sağlık hizmetleri piyasasında bulunan aksak rekabet, asimetrik bilgi, az sayıda satıcı, heterojen özellikler taşıyan mal ve hizmetler, maliyetlerin çok azına katlanan çok sayıda alıcı, piyasaya giriş ve çıkışa getirilen çeşitli engellerin varlığı, mal ve hizmet alımında kısıtlılık, hastanın hekime bağımlılığı, dışsallıkların varlığı, sağlık hizmetlerinin kamu malı özelliği taşıması, tekelleşmeye açık olması, mal veya hizmetlerin denenememesi ve stoklanamaması gibi pek çok özellik sağlık

hizmetleri piyasasını diğer piyasalardan ayırmaktadır. Dolayısıyla diğer mal ve hizmetler gibi sağlık hizmetlerinin de serbest piyasada alınıp satılması teorik olarak doğru görünse de, bu mal ve hizmetlerin tamamının serbest piyasada alınıp satılması pek mümkün değildir. Çünkü sağlık hizmetleri piyasası tam rekabet şartlarından sapmakta ve piyasa dengesi oluşmamaktadır. Bu da devletin müdahalesini gerektiren piyasa başarısızlığı durumunu ortaya çıkarmaktadır. Her ne kadar piyasa kapitalizminde paraya konu her şeyin piyasada alınıp satılması ve bir pazarın oluşması gerekliyse de, bazı sağlık mal ve hizmetlerinin kamu tarafından sağlanmasının daha etkin ve verimli olacağı aşîkârdır. Ortaya çıkan aksaklıkları gidermek ve dengeyi sağlamak için devletin sağlık hizmetleri piyasasında vatandaşın yararını gözeterek piyasaya müdahale etmesi gerekliliğı doğmaktadır.

Bu çalışmanın konusunu sağlık hizmetleri piyasası ve bu piyasanın özellikleri oluşturmaktadır. Çalışmanın temel amacı, farklı özelliklerinden dolayı diğer mal ve hizmetler piyasalarından ayrılan sağlık hizmetleri piyasası ve özelliklerinin incelenmesidir. Teorik bir çalışma olan bu bölümde, genel olarak piyasa, sağlık, sağlık hizmetleri, sağlık hizmetleri piyasası ve özellikleri hakkında açıklayıcı bilgiler verilerek genel bir değerlendirme yapılmıştır.

2. PİYASA KAVRAMI

İktisatçılar piyasa kavramını “alıcıları ve satıcıları bir araya getiren her türlü kolaylık” olarak nitelendirmektedirler. Prensip itibariyle kapitalist sistemlere özgü olan piyasa kavramı, bir mal veya hizmetin satıcılarının ve alıcılarının belirli bir mekanda bir araya gelerek veya telefon-fax, internet gibi çeşitli haberleşme araçlarından yararlanarak alış veriş yapmalarını ifade eder (Ünsal, 2004: 54). Piyasanın temel aktörlerini oluşturan satıcılar ve alıcıların piyasada işlem yapılabilmesi için herhangi bir mekanın olması şart değildir. Günümüzde artık piyasa işlemleri daha çok sanal ortamda (internet, telefon vb.) gerçekleştirilmektedir. Dolayısıyla piyasayı günümüzde “belirli bir ihtiyaç ve tatmin kapsamında alıcı ve satıcıları bir araya getiren her türlü fiziksel ve elektronik ortamlar veya organizasyonlar” olarak ifade edilebiliriz.

Bazı iktisatçılar piyasa ve pazar kavramlarının birbirine karıştırıldığını ve iki kavramının bir birinden farklı olduğunu ifade etmektedirler. Pazarın, alıcıların ve satıcıların mübadeleyi gerçekleştirmek için bir araya geldikleri fiziki veya sanal ortamları ve organizasyonları ifade ettiğini; piyasanın ise mübadelenin gerçekleştirilmesi için oluşturulan pazarın işleme kuralları olduğunu belirtmektedirler (Sayım, 2009: 253). Ancak günümüzde bu ayrımın pek yapılmadığı ve pazar kavramından daha çok piyasa kavramı kullanıldığı görülmektedir.

Piyasalar alım satım konu olan mal ve hizmetlerin özelliklerine göre kendi içerisinde farklı gruplara ayrılarak incelenmektedir. İktisatçılar piyasa kavramını; ürün piyasaları (mal ve hizmetlerin alınıp satıldığı), kaynak/ faktör piyasaları (kaynak/faktörlerin alınıp satıldığı) ve varlık piyasaları (para, hisse senedi, tahvil, arsa, ev gibi alternatif servet biçimlerinin alınıp satıldığı) olarak sınıflandırmaktadırlar (Ünsal, 2004: 54-55). Söz edilen tüm piyasalar satışa konu olan mal ve hizmetlerin miktarı, kalitesi ve fiyatı hakkında hane halkları, firmalar, devlet ve yabancılara bilgi sağlamaktadırlar (Şıklar, 2016: 7). İki yönlü olarak işleyen bu bilgi akışı sayesinde piyasadaki tüm tarafların fayda maksimizasyonunu sağladığı bir denge oluşmaktadır. Bu denge ise klasik iktisatçılar tarafından görünmez el olarak adlandırılan ve piyasaların temel özelliği olan fiyat mekanizması tarafından sağlanmaktadır.

Kapitalist üretim sistemini sistematik olarak ilk ele alan ve iktisadın kurucusu olarak kabul edilen Adam Smith, ekonominin her zaman tam istihdam düzeyinde olduğunu, tüm ekonomik birimlerin rasyonel davrandığını ve bunun sonucunda ekonomik etkinliğin kendiliğinden sağlandığını ifade etmektedir (Şıklar, 2016: 7). Başka bir deyişle, ekonominin tam istihdam düzeyinde iken herhangi bir nedenden dolayı dengenin bozulması durumunda, ekonomiye herhangi bir müdahaleye gerek kalmadan ekonomik birimlerin rasyonel davranışları ile ekonomi tekrar dengeye gelecektir. Dolayısıyla serbest piyasada bireysel ve sosyal olarak tüm tarafların maksimum faydayı sağlayacağı düşünülmektedir.

Piyasa ekonomisi, kaynak dağılımının piyasanın kendi işleyişi içerisinde belirlendiği ve tam rekabet şartlarına herhangi bir müdahalenin olmadığı durumla hayat bulmaktadır. Bu sistemde üretim ve tüketim karar ve etkinliklerine devletin müdahalesi yoktur veya çok azdır (Ünal 2013: 26). Ekonomik açıdan üretilecek olan mal ve hizmetlerin miktarı, nasıl ve kimler için üretileceği kararı piyasada gerçekleşen dengeye göre verilir. Piyasanın temel belirleyicisi ise piyasada oluşan arz ve talebe göre şekillenen fiyattır. Fiyat, satıcı açısından satmak istediği mal veya hizmet için katlandığı maliyetler ve karı ifade ederken, alıcı açısından satın almak istediği bir mal veya hizmet için ödeyebileceği para miktarını ifade etmektedir.

İktisat literatüründe piyasalar, tam rekabet piyasası ve monopol olarak adlandırılan tekel piyasası ile bu ikisi arasında kalan ve tam rekabet şartlarından sapma derecesine göre farklılaşan yapılardan (oligopol ve monopolcü rekabet) oluşmaktadır. Piyasa dendiğinde genellikle ilk akla gelen tam rekabet piyasasıdır. Tam rekabet piyasası ideal bir piyasa yapısını ifade etmekte ve dünya üzerinde çok nadir (buğday piyasası gibi) görülmektedir. Tam rekabet piyasasının kendine has dört temel özelliğe vardır. Bu özellikler; çok sayıda alıcı ve satıcının olmasını ifade eden “atomisite koşulu”, piyasaya giriş ve çıkışlarda hiçbir engelin

olmadığını ifade eden “mobilité koşulu”, alınıp satılan malların birbirinin aynısı olduğunu ifade eden “homojenlik koşulu”, alıcı ve satıcıların piyasayla ilgili tüm bilgilere sahip olduğunu belirten “şeffaflık-açıklık koşulu”. Bu özellikler ideal bir piyasa biçimini ifade eden tam rekabet piyasasının en önemli özellikleridir. Serbest piyasada etkinliğin sağlanabilmesi tam rekabet şartlarının sağlanmasına ve fiyat mekanizmasının kusursuz işlemesine bağlıdır.

3. SAĞLIK VE SAĞLIK HİZMETLERİ

3.1. Sağlık Nedir?

Sağlık, insanların sahip olduğu en önemli değer ve doğuştan kazanılmış bir hak olarak kabul edilmektedir. Birçok etkenden doğrudan yada dolaylı olarak etkilenen sağlık, geleneksel olarak hasta olmama, zinde olma yada beklenen iyilik hali gibi hastalığın karşıtı olarak tanımlanmaktadır. Sağlık konusunda herkesin bir fikri ve bakış açısı olmasından dolayı farklı tanımlamalar yapılabilmektedir.

Sağlığı tanımlamaya ilişkin ilk yaklaşımlara bakıldığında: Hygieia, sağlığı sorumlu ve disiplinli bir yaşam biçimi olarak ifade ederken, Aesculap; hastalıkları yenme, hastalıklarla başa çıkma sanatı olarak açıklamaktadır (Somunoğlu, 2012: 3). Hastalığın karşıtı ve negatif yönlü olarak yapılan bu tanımlar yanında Çelik (2011: 25) sağlığı, mutluluk içinde olma, stresle başa çıkma ve güçlü bir sosyal destekle yaşamı idame ettirme olarak pozitif yönde tanımlamıştır. Lustig (2004: 15) ise sağlığı, sadece hasta olmama değil, bununla birlikte bireyin tüm yaşamı boyunca kendi potansiyelini geliştirecek yetenekleri olarak ifade etmektedir. Sağlık kavramına ilişkin tanımları çoğaltmak mümkündür. Ancak, görüldüğü gibi sağlığın tanımı zamanla negatif yönlü bir anlayıştan pozitif yönlü bir anlayışa doğru evrilmiş ve yapılan tanımlarda sağlığın insanın en önemli varlığı olduğu vurgusu yapılmaya başlanmıştır.

Sağlığın ideal bir tanımını yapan Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ)’de sağlığı pozitif açıdan ele alarak tanımlamıştır. DSÖ’nün 1948 tarihli tüzüğünde sağlık; “sadece hastalık veya sakatlığın olmaması değil, aynı zamanda beden, ruhen ve sosyal yönden tam bir iyilik halidir” diye tanımlanmaktadır (Jakab, 2011: 2). DSÖ’nün bu tanımı sağlığı çok boyutlu ele almakta ve tanımlamaktadır. Ölçülmesi ve erişilmesi güç boyutları kapsayan bu ideal tanıma ulaşılması zor görünmektedir. Keza bu tanım sağlığı, çevre, yaşam koşulları, sosyal etkenler ve biyolojik etkenleri dikkate alarak tanımlamaktadır. Buna göre sağlık sadece bedensel olarak ele alınmamakta, ruhsal ve sosyal açıdan da tam bir iyilik halinin olmasını ifade etmektedir.

3.2. Sağlık Hizmetleri

Sağlıklı olmak ve sağlıklı yaşamak tüm insanların en doğal hakkı ve isteğidir. Sağlıklı olmanın yolu sağlığa yönelik hizmetlerin üretilmesine ve bireylerin bu hizmetlerden yararlanmalarına bağlıdır (Tıraş, 2021: 219). Sağlık hizmetleri birbiri ile ilişkili birçok faaliyetten meydana gelen çok boyutlu bir yapıya sahiptir. Bunun temel nedeni ise gerek bireylerin gerekse toplumun sağlığına etki eden pek çok etkenin varlığı ve toplumun sağlık hizmetlerine yönelik beklentilerindeki farklılıklardır.

Sağlık hizmetleri genel olarak, “sağlığın korunması, geliştirilmesi ve sürdürülebilmesi, hastalıkların önlenmesi, teşhisi, tedavisi ve rehabilitasyonu amacıyla gerçekleştirilen tüm mal ve hizmet üretim faaliyetlerini” kapsamaktadır (Ateş, 2016: 2; Tıraş, 2020: 21). Dünya Sağlık Örgütü ise sağlık hizmetleri hakkında “bireylerin ve toplumun, sağlığa ilişkin beklentilerini karşılamak amacıyla sağlık kuruluşlarında görev yapan sağlık personelleri tarafından sunulan her türlü koruyucu ve tedavi edici hizmet” vurgusunu yapmıştır (Somunoğlu, 2012: 8). Genel olarak hastalıkların iyileştirilmesi ve sağlığın korunmasına yönelik çalışmaları kapsayan sağlık hizmetlerine duyulan ihtiyaç, hastalık veya hastalık belirtilerinin oluşmasıyla ortaya çıkmaktadır.

Sağlık hizmetleri kendine has özelliklerden dolayı diğer hizmet türlerinden ayrılmaktadır. Sağlık hizmetleri, tüketimi tesadüfi, stoklanamayan, ertelenemeyen, denenemeyen, ikamesi ve garantisi olmayan, üretildiği anda tüketilmesi gereken, miktarı ve niteliği hekim tarafından belirlenen, yarı kamu malı vasfına sahip bir hizmet türüdür. Dolayısıyla sağlık hizmetlerinin etkin ve verimli biçimde sunulması, toplumun bu hizmetlere kolay ulaşabiliyor olması büyük önem taşımaktadır. Bununla birlikte bireylerin yaşam biçimi ve hayat standartlarına göre oluşan beklentiler çerçevesinde sağlık hizmetlerinin türü (saç ektirme, estetik ve plastik cerrahi vb. gibi) ve miktarı da değişebilmektedir.

Temel amacı bireylerin ve toplumun sağlığını korumak, geliştirmek ve devamlılığını sağlamak olan sağlık hizmetleri koruyucu, tedavi edici ve rehabilite edici sağlık hizmetleri olarak üç kategoride sunulmaktadır. Günümüzde bazı yazarlar buna dördüncü bir kategori olarak sağlığın geliştirilmesi hizmetlerini de eklemektedirler.



Şekil 1: Sağlık Hizmetlerinin Sınıflandırılması

3.2.1. Koruyucu Sağlık Hizmetleri

Koruyucu sağlık hizmetleri hastalığa sebep olan veya sağlığı bozucu etkenleri, insan ve çevresinden uzaklaştırmak veya insan üzerindeki etkilerini azaltmak amacıyla kişiler ve çevrelerinde yapılan çalışmalardır (Ünal, 2013: 89). Koruyucu sağlık hizmetlerinin temel hedefi hastalığın ortaya çıkmadan engellenmesini sağlamaktır. Koruyucu sağlık hizmetleri toplumda hastalık görülme olasılığını azaltmak için tüm topluma sunulmakta ve herkes bu hizmetlerden eşit şekilde faydalanmaktadır (Orhaner, 2018: 25).

Güçlü bir dışsalığa sahip olan koruyucu sağlık hizmetleri, ekonomik açıdan sınıflandırıldığında genellikle kamu malı olarak değerlendirilmektedir. Toplum bu hizmetlerin sunulmasından oldukça yüksek fayda sağlamaktadır (Tıraş, 2021: 220). Diğer sağlık hizmetleri türlerine göre maliyeti oldukça düşüktür. Bu hizmet türünde birincil amaç tüm toplumun yararı iken bireysel yarar ikinci plandadır (Yıldız ve Eren, 2020: 29). Koruyucu sağlık hizmetleri, bulaşıcı hastalıklarla mücadele, anne ve çocuk sağlığı, aşılama, çevre ve hava kirliliği, sağlıklı beslenme, zararlı alışkanlıklarla mücadele, su ve besin sanitasyonu, hijyen, katı atıkların denetimi, radyolojik zararlıların denetimi, zararlı canlılarla mücadele, iş sağlığı gibi hizmetleri kapsamaktadır (Orhaner, 2018: 25; Ateş: 2016: 9). Bu kadar geniş bir kapsamı olan koruyucu sağlık hizmetleri sunuluş bakımından kişiye ve çevreye yönelik olarak ikiye ayrılmaktadır.

Kişiyeye yönelik koruyucu sağlık hizmetleri, bu hizmetlerin dar kapsamda ele alınmasıyla ortaya çıkan bir durumdur. Doğrudan birey üzerinde ve bireye

yönelik uygulanmaktadır. Kişileri ve toplumu sağlığı bozucu etkenlere karşı dirençli kılmayı, hastalık durumunda erken tanı ve tedaviyi hedeflemektedir (Tıraş, 2020: 26). Her ne kadar dar kapsamda ele alınmış olsa da önemli dışsallıklara sahiptir. Kişiye yönelik sağlık hizmetleri, bağışıklama, ilaçla koruma, hastalıkların erken tanı ve tedavisi, sağlık eğitimi ve aile planlaması, iyi beslenme, kişisel temizlik ve bakım, bağımlılıkla mücadele (Arslantaş, 2013: 6) gibi hizmetleri içermektedir.

İnsan çevresi ile vardır. Dolayısıyla çevreye yönelik sağlık hizmetleri de insanın çevresinde bulunan ve sağlığı olumsuz etkileyen fiziksel, biyolojik ve kimyasal etkenlerin ortadan kaldırılması veya insan sağlığına olan etkisini en aza indirmek amacıyla yürütülen çalışmalardır (Ünal, 2013: 92). Sağlıklı bir bireyin sağlık açısından elverişsiz bir ortamda bulunması hastalık risklerini artıracaktır. Çevreye yönelik koruyucu sağlık hizmetleri yeterli ve temiz su sağlanması, besin kontrolü ve güvenliği, iş sağlığı ve güvenliği, konut sağlığı ve hijyeni, hava kirliliğinin kontrolü, atıkların kontrolü, gürültü kontrolü (Somunoğlu, 2012: 10-11) gibi hizmetleri içermektedir.

3.2.2. Tedavi Edici Sağlık Hizmetleri

Tedavi edici sağlık hizmetleri koruyucu sağlık hizmetlerinin bir üst basamağını oluşturmaktadır. İnsanlar günlük hayatta çeşitli nedenlere bağlı olarak hastalanmakta, maruz kaldıkları kaza ve yaralanmalar sonucu sağlık statülerini kaybedebilmektedirler. Tedavi hizmetleri ise, hastalık, kaza ve yaralanma sonucu bireylerin teşhis, tedavi, vücut arazlarının azaltılması ve ölümünün önlenmesine yönelik, hekimlik yöntemleri ve uygun teknolojiler kullanılarak sunulan hizmetlerdir (Ateş, 2016: 11).

Bu tür hizmetler genellikle sağlığını kaybetmiş bireylere verildiği için bireysel fayda ön plandadır. Koruyucu sağlık hizmetlerine göre daha yüksek maliyetli olmasına rağmen dışsallık daha azdır. Bu hizmetlerin çok büyük çoğunluğu bir sağlık kuruluşunda hekim kontrolünde ve yetişmiş tıbbi personel tarafından sunulmaktadır. Bu bakımdan halk arasında sağlık hizmetleri olarak algılanan hizmetler genellikle tedavi edici sağlık hizmetlerdir. Tedavi edici sağlık hizmetleri kendi içerisinde hizmetin özelliklerine ve verilmiş biçimine göre, birinci, ikinci ve üçüncü basamak sağlık hizmetleri olarak sınıflandırılmaktadır.

Birinci basamak tedavi edici sağlık hizmetleri hastaların muayene, teşhis ve tedavilerinin ayakta yapıldığı hizmetlerdir. Bu hizmetler, aile hekimliği, sağlık ocağı, dispanserler, poliklinikler, özel muayenahaneler, sağlık merkezleri vb. gibi yerlerde verilmektedir (Somunoğlu, 2012: 12). Göreli olarak daha az bilgi birikimi ve teknoloji kullanılarak yerine getirilir.

İkinci basamak tedavi edici sağlık hizmetleri, birinci basamakta teşhis ve tedavi imkanının olmadığı ve hastaneye başvurulması gereken durumlarda klinik veya genel hastane hizmetlerini kapsar (Ateş, 2016: 11). Uzman hekimler, daha kalifiye sağlık personeli ve daha ileri teknoloji ile birinci basamağa göre daha komplike hastalara hizmet verilir. İkinci basamak sağlık hizmeti veren kuruluşlar, devlet hastaneleri, özel hastaneler ve diğer yataklı sağlık kuruluşları olarak belirtilmektedir.

Üçüncü basamak tedavi edici sağlık hizmetleri, ileri teknolojinin ve farklı uzmanlık alanlarına sahip yüksek nitelikli tıbbi personelin görev aldığı, eğitim-araştırma hizmetlerinin verildiği ve belirli dallarda uzmanlaşmış hastane hizmetlerini kapsamaktadır (Ünal, 2013: 93). Üçüncü basamak sağlık kuruluşlarında genellikle ilk iki basamakta tedavi edilemeyen komplike ve ağır hastalar tedavi edilmektedirler. Eğitim-araştırma hastaneleri, üniversite hastaneleri, santoryumlar, kalp hastaneleri, onkoloji hastaneleri, ruh ve sinir hastalıkları hastaneleri üçüncü basamak sağlık kuruluşları olarak hizmet vermektedirler.

3.2.3. Rehabilitasyon Edici Sağlık Hizmetleri

Herhangi bir sebepten dolayı beden ve ruh sağlığını kaybeden bireylerin, kaybettikleri beden ve ruh sağlıklarına yeniden kavuşturulması ve kimseye bağımlı olmadan hayatlarını sürdürebilmelerini sağlamak için yapılan tüm çalışmaları kapsamaktadır (Somunoğlu, 2012: 12). Rehabilitasyon hizmetleri ile kişinin geçirmiş olduğu hastalık veya kazalara bağlı oluşan fiziksel özürlerin olabildiğince azaltılması ve yardımcı cihazlarla tamamen veya kısmen ortadan kaldırılması amaçlanmaktadır. Bu hizmetler sayesinde bireyler ekonomik, sosyal, kültürel ve psikolojik açıdan güçlendirilerek yeniden topluma kazandırılmaktadır.

Rehabilitasyon edici sağlık hizmetleri yataklı ve yataksız hizmet sunan rehabilitasyon merkezleri ve hastaneleri (Fizik tedavi ve rehabilitasyon hastaneleri, ruh ve sinir hastalıkları hastaneleri gibi) tarafından sunulmaktadır. Bu hizmetler bireylerin ihtiyaçlarına göre tıbbi rehabilitasyon ve sosyal rehabilitasyon olarak ikiye ayrılmaktadır.

Tıbbi rehabilitasyon ile bedensel arazların ortadan kaldırılması veya mümkün olduğunca azaltılması amaçlanmaktadır. Tıbbi rehabilitasyon ile anatomik ve fizyolojik yetilerini kaybeden bireylere yardımcı cihazlarla bu yetileri tekrar kazandırılmaya çalışılır. Burada temel amaç bireyin yaşam kalitesini artırmaktır. Bu hizmetlere, protez, işitme cihazları, gözlük, tekerlekli sandalye, koltuk değnekleri vb. gibi yardımcı cihazlar örnek verilebilir.

Sosyal rehabilitasyon ise özürleri nedeniyle eski işinde çalışamayan veya belli bir iş yapamayan kişilerin günlük hayata aktif katılımını sağlamak, başkalarına bağımlı olmadan yaşamlarını idame ettirmek ve daha aktif bir hayat sürmelerini sağlamak amacıyla, yeni iş öğretme, yeni beceriler kazandırma, iş bulma veya işe uyum sağlayabilmeleri için yapılan çalışmaları kapsamaktadır (Orhaner, 2018: 27; Tıraş, 2021: 222). Bireyin yeni duruma uyum sağlayabilmesi için çeşitli pedagojik ve psikolojik destek programları uygulanır. Özürlü çocuklara yönelik açılan okul ve merkezler buna örnek verilebilir.

3.2.4. Sağlık Geliştirilmesi Hizmetleri

Sağlıklı bireylerin sağlık durumlarını daha da yükseltmek amacıyla sağlanan ve temel sorumluluğun bireylere ait olduğu hizmet türüdür. Geniş bir faaliyet alanını kapsamaktadır. Genel olarak sağlık statüsünün yükseltilmesi ve yaşam süresinin uzatılması amacıyla, sağlığın korunması, hastalıkların önlenmesi, hastalık etkilerinin azaltılması, sağlık eğitimi, stres yönetimi ve sağlıklı bir hayat sürmesi için kişide davranış değişikliğine yönelik tüm faaliyetleri kapsamaktadır (Somunoğlu, 2012: 13). Sağlığın geliştirilmesine yönelik faaliyetler bir süreci ifade etmekte ve bireylerin kendi sağlıkları üzerinde kontrollerinin artırılmasının gerekliliğine vurgu yapmaktadır. Dolayısıyla sağlığın geliştirilmesi çalışmaları sadece sağlık kuruluşlarının sorumluluğunda değildir. Ulusal ve uluslararası düzeyde tüm sektörlerin işbirliğini gerektirmektedir. Bunun sonucunda da doğru sağlık davranışının tüm dünya toplumlarına benimsetilmesi hedeflenmektedir.

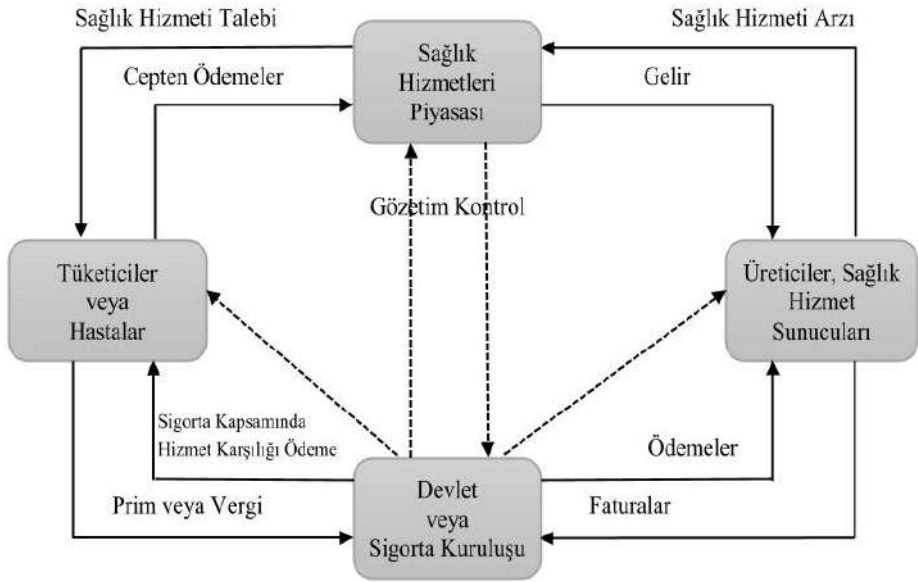
4. SAĞLIK HİZMETLERİ PİYASI VE ÖZELLİKLERİ

4.1. Sağlık Hizmetleri Piyasası

Sağlık hizmetlerini genel olarak, “sağlığın korunması, geliştirilmesi ve sürdürülebilmesi, hastalıkların önlenmesi, teşhisi, tedavisi ve rehabilitasyonu amacıyla gerçekleştirilen tüm mal ve hizmet üretim faaliyetleri” olarak tanımlamıştık. Bu tanımdan hareketle sağlık hizmetleri piyasasını da “tüm sağlık mal veya hizmetlerinin alınıp satıldığı piyasalar” olarak ifade edebiliriz. Bu piyasada sağlık mal ve hizmetlerini talep edenler ile arz edenler karşılaşmaktadır. Sağlık hizmetleri piyasasında değişimin ana konusu, farklı türden sağlık sorunları olan bireylerin sağlık problemlerini ortadan kaldırarak fayda sağlayacak olan hizmetleridir.

Sağlık hizmetleri piyasasında mal ve hizmet arz edenler olarak, kamu ve özel hastaneler, özel muayenehaneler, sağlık çalışanları, eczaneler, ilaç firmaları, medikal firmaları vb. sayılabilir (Orhaner, 2018: 36; Çelik, 2011: 136). Bu piyasada mal ve hizmet talebinde bulunanlar ise hastalar, sağlam bireyler, kurum ve kuruluşlardır. Sağlık hizmetlerini sadece hasta bireyler talep etmemekte,

sağlam bireylerde sağlıklarını korumak, geliştirmek ve devamlılığını sağlamak için sağlık hizmeti talebinde bulunmaktadır (Tıraş, 2021: 227). Sağlık mal ve hizmetlerini sunanlar bu hizmetleri karşılığında bir gelir elde ederken, sağlık mal ve hizmeti talep edenler bundan fayda sağlamaktadır. Piyasada sağlık hizmeti talebinde bulunan bireyler aldıkları hizmetin bedelini kendileri ödeyebildikleri gibi sahip oldukları kamu veya özel sigorta aracılığı ile bu ödemeyi yapabilmektedirler. Bu bakımdan sağlık hizmetleri piyasasının aktörlerini sağlık hizmeti arz edenler (üreticiler veya hizmet sunucuları), talep edenler (tüketiciler veya hastalar) ve harcamayı yüklenen sigorta kuruluşları ile devlet olarak saymak mümkündür. Bu durum Şekil 2’deki gibi şematize edilebilir.



Şekil 2: Sağlık Hizmetleri Piyasasında Taraflar

Kaynak: Orhaner, 2018: 37

Her piyasanın işleyişinde olduğu gibi sağlık hizmetleri piyasasında da genel olarak toplumun sağlık hizmetleri üretimi, tüketimi ve dağıtımı konusunda ilgili tercihlerin yapılarak kararların alındığı, örgütsel düzenleme ve süreçlerin olduğu durumlar yaşanmaktadır (Tıraş, 2013: 140). Yani sağlık hizmetleri piyasasında da üretim, tüketim ve dağıtım önemli yere sahiptir. Sağlık hizmetleri piyasasında her ne kadar hizmeti talep edenler ve arz edenler bir araya gelerek pazarı oluştursa da bu piyasada tam rekabet koşulları geçerliliğini kaybetmektedir. Çünkü sağlık hizmetleri birbiriyle ilişkili birçok faaliyeti kapsamakta, üretimi ve sunumundaki özellikler sağlık hizmetlerini diğer mal ve

hizmetlerden ayırmaktadır. Ayrıca bu özellikler sağlık hizmetleri piyasasını diğer piyasalarından oldukça farklılaştırmaktadır. Özellikle tam rekabet şartlarını sağlayan piyasalarda teorik olarak etkinlik sağlanırken, sağlık hizmetleri piyasasında tam rekabet şartlarının geçerli olmaması etkinliğin kaybolmasına ve piyasa başarısızlıklarına sebep olmaktadır. Çünkü sağlık hizmetleri piyasası tüm piyasa yapılarının çeşitli özelliklerini bünyesinde barındırmaktadır.

Piyasa ekonomisinin bazı savunucuları, diğer mal ve hizmetlerde olduğu gibi sağlık mal ve hizmetlerinin de serbest piyasada verimli bir şekilde üretilip tüketilebileceğini savunmaktadırlar. Buna göre doktorlar ve diğer sağlık profesyonelleri basitçe hizmet sunucular olarak görülüp, aralarındaki rekabetle birlikte uzmanlıklarını satarak gelirlerini en üst düzeye çıkarmaya çalışırlar. Bu sayede tüketiciler ise artan rekabet ile birlikte optimum kalite ve fiyatta hizmete ulaşacaklar, düşük kalitede sunulan mal ve hizmetler piyasadan ayıklanacaktır (Durukan Köse, 2021: 136). Diğer bir görüş ise piyasa aracılığı ile sağlık hizmetlerinin tahsisinin her zaman verimliliği sağlamayacağı, aksine verimsizlik oluşturacağıdır. Ayrıca tek amacın verimlilik olmadığı, hakkaniyetinde verimlilik kadar önemli olduğu belirtilmektedir. Bu görüşe göre sağlık, doğuştan elde edilmiş bir haktır ve piyasa koşullarında alınıp satılamaz. Sağlık hizmetleri, piyasanın işleyişine bırakılmamalı, hizmetlerin ifası sırasında piyasaya müdahale edilmeli veya piyasa dışında bir mekanizma ile yürütülmelidir (Yıldırım, 2012: 23). Sağlık hizmetleri piyasası serbest piyasa koşullarını sağlamaktan uzaktır. Sağlık hizmetlerinin özelliklerinden kaynaklı olarak sağlık hizmetleri piyasası yapısı gereği aksak rekabet ve eksik bilgi özelliklerini taşımaktadır (Altay, 2007: 37).

4.2. Sağlık Hizmetleri Piyasasının Özellikleri

Yukarıda da belirtildiği gibi sağlık hizmetlerinin kendine has birçok özelliği bulunmaktadır. Bu özellikler aynı zamanda sağlık hizmetleri piyasasının diğer piyasalardan ayrışmasına neden olmaktadır. Sağlık hizmetleri piyasasının özelliklerini aşağıdaki gibi incelemek mümkündür.

4.2.1. Homojenlik Yoktur

Tam rekabet piyasasının temel özelliklerinden birisi “homojenlik” koşuludur. Homojenlik, tam rekabet piyasasında işlem gören tüm mal ve hizmetlerin birbirinin aynısı olduğunu ifade etmek için kullanılmaktadır. Yani nitelik olarak X firmasının ürettiği mallar ile Y firmasının ürettiği mallar arasında alıcı açısından herhangi bir farkın olmadığını ifade eder. Sağlık hizmetleri piyasasında ise malların homojenliği sadece bir kısım ilaç (muadillerinin olması durumu) ve sarf malzemelerde görülebilir (Sayım, 2009: 264). Bu da sınırlı bir alanı kapsamaktadır.

Sağlık hizmetleri piyasasında sunulan mal ve hizmetlerin diğer piyasalardaki gibi standartlaştırılamaması, yani heterojen nitelikte olması tüketicilerin bu mal ve hizmet hakkında yetersiz bilgiye sahip olmasına neden olmaktadır. Bu durumda sağlık mal ve hizmeti tüketicileri tam rekabet piyasasında olduğu gibi tercihlerinde rasyonel davranmamaktadırlar (Altay, 2007: 38). Sağlık hizmetine ihtiyaç duyduklarında hastalar kendilerini belirli bir bilgi ve yeteneğe sahip olduğuna inandıkları hekime teslim etmektedirler. Hekimin hastalıklara uygulayacağı tedavi şekli ise bilgi, beceri, yetenek ve imkanları ölçüsünde değişiklik göstermektedir.

Sağlık hizmetleri piyasasında “Hastalık yoktur, hasta vardır” sözü çok önemlidir (Tengilimoğlu, 2012: 58). Her birey fiziksel olarak birbirine benzemekle birlikte biyolojik yapısı ve hastalıklara olan direnci farklılık gösterebilir. Ayrıca bir hastalık farklı bireylerde farklı semptomlar gösterebilir (Tıraş, 2013: 142). Sağlık hizmetleri piyasasında birbirinin aynı hastalar olmadığı gibi her hastaya sunulan hizmetlerde farklılıklar arz etmektedir. Aynı şikâyetleri olan iki ayrı hastada bile, bireylerin kendi fiziki ve biyolojik özellikleri, yaşam biçimi, alışkanlıkları, hekimin bilgisi, becerisi, tecrübesi ve uygulamaları, teşhis ve tedavi yöntemi ve süreçlerinde kullanılan ilaçlar, oluşan sonuç ve maliyetler bakımından farklılıklar olabilir (Tıraş, 2021: 228). Bu bakımdan tam rekabet piyasasında olduğu gibi sağlık hizmetleri piyasasında, sunulan mal ve hizmetlerde homojenlik yoktur ve her bir sağlık hizmeti diğerinden farklılık gösterir.

4.2.2. Bilgi Asimetrisi Vardır

Sağlık hizmetleri piyasasını tam rekabet piyasasından ayıran önemli özelliklerden biri de asimetric bilginin varlığıdır. Tam rekabet piyasasında alıcı ve satıcılar değişim konusu mal ve hizmetler hakkında tam bilgiye sahiptirler. Bu durum aslında tam rekabet piyasasında işlem gören mal ve hizmetlerin homojenliğinin de bir sonucudur. Mal ve hizmetlerde farklılaşma olmadığı için alıcı ve satıcılar piyasada işlem gören mal ve hizmetlerin kalitesi, fiyatı, özellikleri ve tüm diğer piyasa koşulları hakkında tam bilgi sahibidirler.

Gerçek hayatta ise tüketiciler pek çok mal ve hizmetler hakkında çok az bilgiye sahiptir. Sağlık hizmetleri piyasasında işlem gören mal ve hizmetlerin heterojen yapıya sahip olmasından kaynaklı alıcı ve satıcılar arasında bilgi asimetrisi söz konusudur. Bilgi asimetrisi (ya da asimetric bilgi) genel olarak, bir konuda iki taraftan birinin diğerine göre görece daha az bilgiye sahip olması durumunu ifade etmektedir (Mutlu ve Işık, 2012: 55; Tıraş, 2021: 228). Sağlık hizmetleri piyasasında hizmet almak isteyen bireyler nasıl, ne kadar ve hangi nitelikte bir sağlık hizmeti alacaklarını, hangi tetkik ve grafilere ihtiyaç

duyulacağını bilemezler (Tengilimoğlu, 2012: 57). Kanıta dayalı tıbbın gelişmesine rağmen, belirli bir bireyde tedavilerin etkinliğinin yanı sıra hastalığın insidansı, teşhisi ve ilerlemesi ile ilgili belirsizlik devam etmektedir. Günümüzde internet ortamında her türlü bilgiye erişilebilirken, bu bilgileri ortalama bir kişinin yorumlaması dahi genellikle zordur (Gubb ve Meller-Herbert, 2009: 31). Hasta adına çoğu zaman hangi hizmetleri alması gerektiğine hekim karar verir. Bu durum verilen hizmet konusunda hasta ile hekim ve diğer sağlık personelleri arasındaki bilgi farklılıklarından kaynaklanmaktadır. Aynı durum makro düzeyde ilaç üreticileri ile devlet arasında da yaşanabilmektedir.

Sağlık hizmetleri piyasasında asimetrik bilgi problemi, sunulan sağlık hizmetinin miktarı, kalitesi, niteliği ve fiyatı konusunda hastanın tam bilgiye sahip olmaması, sağlık hizmetleri sunumunun uzmanlık gerektirmesi ve sağlık kurumlarının hastaya hastalık ile ilgili gerekli ve yeterli bilgi vermemesi ile ortaya çıkmaktadır (Yıldız ve Eren, 2020: 34). Konunun uzmanları dışında, herkes (sağlık çalışanları da dahil) hastalandıklarında hekimleri ile aralarında bilgi asimetrisinin olduğuna şahit olurlar. Hasta rahatsızlığı ile ilgili bilgiye sahip olmadığı için kendisini tamamen hekimin bilgi ve tecrübesine bırakmıştır. Hekimin bilgi vermemesi de bilgi asimetrisini derinleştirmektedir.

Sağlık hizmetleri piyasasında bilgi asimetrisi probleminin yaşandığı diğer önemli alan ise hasta ile sigorta kuruluşları arasındadır. Sigorta yaptıran bireyler kendi sağlık durumları ile ilgili her türlü bilgiye sahiptirler. Ancak sigorta şirketleri, sigorta talep eden bireylerin tek tek sağlık durumları hakkında tam bilgiye sahip değildir. Bazen bireyler rahatsızlıklarını sigorta şirketlerinden saklamakta ve eksik bilgi vermektedirler. Ayrıca bazı bireyler sağlıklarına çok dikkat ederken bazı bireyler sigortalandıktan sonra sağlıklarına dikkat etmemekte ve çeşitli sağlık problemleri yaşamaktadırlar. Bu durumda sigorta şirketleri hastalanma riski az olan ve daha düşük primle sigortalanması gereken bireyleri yüksek prim oranlarından, hastalanma riski yüksek olan bireyleri de daha düşük prim oranlarından sigortalayabilmektedirler (Yıldız ve Eren, 2020: 34). Bilgi asimetrisinden kaynaklı bu durum piyasanın etkin ve verimli çalışmasına engel olmakta, tam rekabet piyasasındaki fiyat mekanizmasının işlemlerini engellemektedir.

4.2.3. Piyasaya Giriş Engelleri Söz Konusudur

Sağlık hizmetleri piyasasında yapılan işlemler garantisi ve telafisi olmayan, hata kabul etmeyen ve insan hayatını ilgilendiren işlemlerdir. Dolayısıyla bu piyasada faaliyette bulunmak çeşitli kriterlere bağlanmıştır. Özellikle hizmet verecek olan sağlık personellerinin lisans veya diplomanın olması, sağlık

işletmelerinin faaliyette bulunmak için gerekli standartları sağlaması ve faaliyet izinlerinin olması zorunluluğu piyasaya girişte önemli engellerdir.

Lisans veya diplomanın olmaması tüketiciye muhtemelen daha düşük kalitede hizmetlerin sunulmasına neden olacaktır. Sağlık hizmeti veren her türden personelin mesleği ile ilgili yetkinliğini gösteren diplomasının olması, hem hizmet kalitesinin artmasını hem de hastanın kendini güvende hissetmesini sağlayacaktır. Nasıl bir öğretmen diploması olmadan öğretmenlik yapamıyorsa ya da bir mühendis ilgili alana ait diploması olmadan mühendislik yapıyorsa sağlık personelinin de mesleki alanı ile ilgili diplomasının olması gerekmektedir. Lisans veya diploma zorunluluğu piyasaya girişte bir engel gibi görünse de sağlık hizmetleri piyasasında hizmet sunanların resmi bir sertifika sisteminden geçmeleri zorunluluktur (Yaylalı vd, 2012: 564). Ancak hizmeti yürütmek için diploma zorunluluğu (özellikle çalışan hekimlerin sayısının az olduğu durumda) hekimleri tekeldi davranmaya iterek karlarını maksimum kılmaya yöneltebilir (Saraçoğlu ve Öztürk, 2016: 303). Bunun içinde önlemlerin alınması gerekir.

Aynı şekilde yeni bir tıbbi cihaz, ilaç veya malzemenin piyasaya çıkmadan önce yapılan denetimler ile ruhsatlandırılması gerekmektedir. İlaç ve tıbbi cihaz geliştirmek ve üretimini sağlamak uzun zaman ve maliyet gerektirmektedir. Bu bakımdan fikri mülkiyet hakları kapsamında rekabetten korunma ve telif hakları ile ilgili kanuni düzenlemelere uyulması bir zorunluluktur (Durukan Köse, 2021: 136). Ayrıca, eczanelerin ve sağlık hizmetinin sunulacağı sağlık tesisinin gerekli standartları taşıması ve faaliyette bulunmak için gerekli izinlerin ve ruhsatın alınması da uzun zaman alan engeller olarak görülmektedir.

Sonuçta hekimlerin veya diğer sağlık personellerinin görevlerini ifa edebilmeleri ve sağlık kurumlarının faaliyetlerini yürütebilmeleri için diploma, lisans veya yeterlik belgelerine göre hizmetin sunulup sunulmadığının denetlenmesi piyasaya girişte önemlidir (Mutlu ve Işık, 2012: 61).

4.2.4. Talepte Belirsizlik ve Düzensizlik Vardır

Tam rekabet piyasasında rekabetin istenen miktar ve fiyat düzeyinde kaynak dağılımını en iyi biçimde sağlayacağına inanılır. Standart ekonomik analiz tekniklerine göre, piyasadan herhangi bir mal veya hizmeti alan tüketiciler ne aldıklarını ve aldıkları mal veya hizmetin kendilerine sağlayacağı faydaların neler olduğunu bilmektedirler (Tıraş, 2020: 32). Ancak sağlık hizmetleri piyasasında talepte belirsizlik ve düzensizlik hakimdir. Sağlık hizmetleri talebinin belirsizliği ve bireylerin belirli bir gelecekte sağlık düzeylerinin nasıl olacağını bilmemeleri, nasıl bir sağlık hizmetine ihtiyaç duyacağını kestiremeyecekleri anlamına gelmektedir (Çelik, 2011: 57). Sağlık hizmetleri piyasasında hizmetin önemli bir kısmına olan talebin nasıl, nerede, ne zaman, ne kadar ve hangi maliyette

olacağını hem alıcılar hem de hizmet sunucular bilemezler. Hastalar rahatsızlıklarının teşhisi konulmadığı için hastalıklarını bilememekte, ihtiyaç duyduğu hizmetin türünü, miktarını ve zamanını tahmin edememektedir (Tıraş, 2021: 228). Bununla birlikte hizmet sunucu olarak hekimler de uyguladıkları tedavi yöntemlerinin her hastada aynı başarıyı yakalayıp yakalayamayacağı konusunda net olamamakta ve belirsizlik altında karar vermektedir.

Arrow (1963: 946), risk ve belirsizliğin tıbbi bakımda tartışılmayacak bir gerçek olduğunu, sağlık hizmetleri piyasasının özelliklerinin de belirsizlik kaynaklı olduğunu ifade etmektedir. Sağlık hizmetleri piyasasında ihtiyaç duyulan hizmetin türünü çoğunlukla hizmet sunucuları belirlemekte ve ne miktarda olacağı tam olarak bilinmemektedir (Tıraş, 2020: 32). Yani sağlık hizmetleri ihtiyacı çoğunlukla rassal olarak ortaya çıkmaktadır.

Dört farklı belirsizlikten dolayı piyasa ekonomisinin sağlık hizmetleri piyasasında optimaliteyi sağlayamadığı belirtilmektedir. Hastaların ihtiyaç duydukları sağlık hizmeti türünü bilememelerinden dolayı alacakları hizmetin maliyetini hesaplayamamaları, hizmetin kalitesi hakkında bilgi sahibi olmamaları, adil bir sigorta sistemine sahip olunmaması ve ahlaki tehlike dolayısıyla sigorta sisteminin adil bir fiyatlandırma yapamamasıdır (Köktaş, 2014: 52). Aslında tüm bu belirsizlikler sağlık hizmetleri piyasasındaki asimetrik bilgiden kaynaklanmaktadır.

Sağlık hizmetleri piyasasındaki belirsizliklerden dolayı hemen her toplumda hastalık ve sakatlık riskine karşı sağlık sigortası bulunmaktadır. Sağlık sigortası bireyleri ortaya çıkması muhtemel hastalık ve sakatlık riskine ve yapacağı harcamalara karşı koruyarak bir güvence sağlamaktadır. Özel sağlık sigortası firmaları bireyleri sağlık durumuna ve taşıdığı hastalık risklerine göre sigortalamakta, yaşlı hastaları ve özellikle kronik rahatsızlığı olanları sigortalamaktan kaçınmaktadırlar. Yani sağlık hizmetleri piyasasında yoğun bir belirsizlik vardır. Bu durum hizmet sunucuları ve bireyleri piyasa kuralları dışında davranmaya itmekte ve rasyonel kararlar alınmasına engel olmaktadır (Tıraş, 2021: 238). Devlet ise sosyal devlet anlayışı gereği çeşitli grupları korumak adına piyasaya müdahalede bulunmaktadır

4.2.5. Arz ve Talep Arasında Dengesizlik Vardır

Bilindiği gibi tam rekabet piyasasında piyasa dengesi arz ile talebin kesiştiği noktada meydana gelmektedir. Bu noktada arz ve talebin birbirine eşit olması yanında denge miktarı ve denge fiyatı da oluşmaktadır. Sağlık hizmetleri piyasasında ise arz veya talebin genişlemesiyle ortaya çıkan arz ve talep dengesizliği vardır. Sağlık mal ve hizmetlerin heterojen yapıya sahip olması, tüketiciler ve üreticiler arasında bilgi asimetrisinin olması, piyasada faaliyet

gösteren kurum veya kişilerin aralarında anlaşabilmeleri ve tekel oluşturabilmeleri arz ve talep arasında dengesizliğe neden olmaktadır (Mutlu ve Işık, 2012: 62).

Sağlık hizmetleri piyasasında arzı artırmak kısa sürede zordur. Sağlık işgücünün yetişmesinin uzun zaman alması, piyasaya giriş engellerinin olması, kullanılan binaların ve cihazların yüksek maliyetli olması, daha fazla kâr elde etmek için firmaların birbiriyle anlaşmaları ve monopol oluşturma isteği gibi arzı daraltıcı sebeplerden dolayı arz talebe göre düşük kalmaktadır. Buna karşın hızlı nüfus artışı ve nüfusun yaşlanması, gelir ve eğitim seviyesinin yükselmesi, insanların bilinçlenmesi ve yeni bir yaşam tarzı oluşturmaları, sağlık kurumlarının yaşanılan yere yakın olması gibi çeşitli nedenlerden dolayı sağlık hizmetleri talebi artmaktadır (Tengilimoğlu, 2012: 56-57; Tıraş, 2021: 230). Artan talebe karşılık arzın artmaması arzın talebi karşılayamamasına ve dengesizlik durumunun ortaya çıkmasına neden olmaktadır.

Ayrıca, sağlık hizmeti sunan kişi ve kurumların piyasada örgütlü bir şekilde davranabilmelerine karşın, sağlık hizmetleri talebinin düzensizliği ve belirsizliği tüketicilerin piyasada talep yönlü bir baskı oluşturmalarına engel olmaktadır (Tıraş, 2013: 141). İhtiyaç duyduğu sağlık hizmetini almak zorunda olan hasta kendisini hekime teslim etmekte ve hangi fiyattan, ne miktar ve ne kalitede bir hizmete ihtiyaç duyduğunu sorgulamamdan talepte bulunmaktadır. Sağlık hizmetleri ihtiyacının ertelenemez olmasından dolayı talebi kısmak yada ortadan kaldırmakta mümkün olmamaktadır. Talep, arza göre daha fazla artmakta, arz-talep dengesizliği her geçen gün derinleşmektedir. Buna örnek olarak hastane poliklinikleri önünde oluşan uzun muayene sıralarını, ayları geçen muayene ve MR randevuları verilebilir.

4.2.6. Dışsallıklar Vardır

Dışsallıklar ekonominin tüm alanlarında görülmektedir. Genel olarak, bir firmanın veya bireyin yaptığı iş ve eylemlerden dolayı diğer firmalara veya bireylere bir maliyet yükleyip onları tazmin etmemesi veya alternatif olarak fayda sağlaması ve bedelini almaması durumunu ifade etmektedir (Stiglitz ve Rosengard, 2015: 86). Dışsallıklar, oluşturdukları etkiye göre pozitif dışsallıklar ve negatif dışsallıklar olarak ayrılmaktadır. Bir bireyin veya firmanın eylemlerinin diğerlerine fayda sağladığı durumlar pozitif (olumlu) dışsallık olarak adlandırılırken, bir bireyin veya firmanın eylemlerinin diğerlerine bir maliyet yüklediği durumlar negatif (olumsuz) dışsallıklar olarak adlandırılmaktadır. Kimyasal atıklarını yakındaki bir nehre boşaltan bir kimya tesisinin, suyu kullanmak için temizleyip kullanılabilir hale getirmeye çalışan suyun alt kullanıcılarına önemli bir maliyet yüklemesi negatif dışsallığa iyi bir

örnektir. Buna karşın bir elma bahçesinin, komşu bir arıcıya önemli faydalar sağlaması pozitif bir dışsallık oluşturmaktadır (Stiglitz ve Rosengard, 2015: 86-87).

Sağlık hizmetleri piyasasında da dışsallıklar çok sık görülmektedir. Özellikle koruyucu ağılık hizmetlerinin sunulmasında pozitif dışsallıklar ön plana çıkmaktadır. Bulaşıcı hastalıklara karşı yürütülen aşı uygulamaları, sağlık hizmeti alan bireyin yanında toplumun diğer bireylerinin de hastalıktan korunmalarını sağlamakta ve pozitif dışsallık oluşturmaktadır. Sağlık hizmetleri piyasasında pozitif dışsallığın olduğu durumda sosyal fayda özel faydadan daha yüksektir (Yıldız ve Eren, 2020: 34). Halk sağlığı hizmetleri, çevre hizmetleri, aşı ve bağışıklık hizmetleri (Manavgat, 2019: 31), su sanitasyonu gibi hizmetler sağlık hizmetleri piyasasında pozitif dışsallığın sık görüldüğü diğer alanlar olarak sıralanabilir.

İnsanlar bireysel kararlar alırken genellikle çevresinin bu karardan nasıl etkileneceğini düşünmezler. Bulaş riski yüksek bir hastalığa sahip olan kişi hastalığı ile ilgili yeterli bilgi sahibi değilse kişisel işlerini görmek için rahatlıkla toplum içerisine karışabilir. Bu durumda kendine çıkar sağlarken başkalarını hastalık riskine maruz bırakarak hasta olmalarına neden olabilir. Bu negatif ve istenmeyen bir dışsallık durumudur (Tıraş, 2021: 229). Negatif dışsallık durumunda piyasada oluşan sosyal maliyet özel maliyetten daha yüksek olmaktadır. Negatif dışsallığın en sık görüldüğü alanları, üretim kaynaklı çevre kirliliği, alkol ve sigara kullanma, gereksiz ilaç tüketimi, emniyet kemeri kullanmama gibi davranışlar olarak sayabiliriz.

Sağlık hizmetleri piyasasında dışsallıklar kaçınılmazdır. Ancak negatif dışsallıkların minimum olması pozitif dışsallıkların ise maksimum olması istenen durumdur. Dışsallıkla ortaya çıkan etkiler; mevcut yasalar, geleneler ve teknik kaynaklı olarak piyasa konusu olmamakta ve fiyatlandırılamamaktadır. Dışsallıklar altında oluşan piyasa fiyatları, sunulan hizmetlerin sosyal maliyetini ve faydasını yansıtmadığından, kaynak dağılımında etkinsizliğe yol açmaktadır (Yıldız ve Eren, 2020: 34).

4.2.7. Ölçek Ekonomisi ve Tekelleşme Söz Konusudur

Bir ekonomide işletme büyüklüğü veya üretim kapasitesindeki artış firmalar üzerinde olumlu veya olumsuz etkiler oluşturmaktadır. Ölçek ekonomileri olarak adlandırılan bu durumun esası, üretim hacminin genişlemesi ile birlikte ortalama maliyetlerin düşmesine dayanmaktadır. Ölçek ekonomileri genellikle başlangıç veya sabit yatırımları yüksek olan iş kollarında görülmektedir. Ölçek ekonomilerinin varlığı büyük ölçekli işletmeleri küçük işletmelere göre üretim ve rekabette avantajlı duruma getirmektedir (Ünal, 2013: 72). Bu avantajı kullanarak

firmalar piyasada tekel gücüne ulaşabilmektedirler. Başlangıçta piyasada çok sayıda firma vardır ve hepsi de en düşük maliyetle ürettikleri ürünleri piyasaya sürmek istemektedirler. Bütün firmaların bu şekilde davranması küçük firmaların piyasadan çekilmesine neden olacaktır. Kalan firmalar ise daha düşük maliyet ve daha fazla satış gerçekleştirecektir. Bu durum rekabete dayanamayan diğer firmaların piyasadan çekilerek tek firma kalmasına kadar devam edecektir. Ölçek ekonomilerinden kaynaklı oluşan bu tekel durumu doğal tekel olarak adlandırılmaktadır (Yıldırım, 2012: 32). Tek bir firmanın yakın ikamesi bulunmayan bir mal veya hizmeti üretip sattığı durum ise doğal olmayan tekel yada kısaca monopol olarak tarif edilmektedir (Ünsal, 2014: 457).

Sağlık hizmetleri piyasası ölçek ekonomilerine ve tekelleşme davranışlarına çok müsait yapıdadır. Başlangıç ve sabit yatırım maliyetleri çok yüksek olan hastanelerin yapısı ve hizmet üretimi faaliyetleri ölçek ekonomisi ilkelerine uymaktadır (Ünal, 2013: 73). Sağlık hizmetlerinde ölçeğin büyümesi ortalama maliyetleri düşürmektedir. İşletmelerin büyümesi birim üretim maliyetlerini düşürürken, büyük işletmelerle rekabet edemeyen küçük işletmelerin piyasadan çekilmesine ve piyasanın tekelleşmesine neden olmaktadır (Tıraş, 2021: 230). Bununla birlikte sağlık hizmetlerinin ikame edilemezliği ve uzmanlık gerektiren alanlarda hekim yetersizliğinden dolayı bireyler az sayıdaki hekimin verdiği hizmetlerden yararlanırlar. Bunun sonucunda da sağlık hizmetleri arzında bir doğal tekel durumu ortaya çıkar (Yaylalı, 2012: 564). Sağlık hizmeti sunan kurum ve kişilerin anlaşmaları veya aralarında oluşturdukları birliklerde tekelleşmeyi teşvik etmektedir. Piyasada tekelleşen firmalar fiyat belirleme gücüne sahip olmakta ve arzı kontrol altına almaktadırlar. Ayrıca piyasada tekel güce sahip olan işletmeler kârlı bulmadıkları ve kırsal alanlarda hizmet vermek istemeyebilmektedirler. Bu durumda devlet, oralara hizmet götürmek durumunda kalmakta ve o alanda tekel durumuna gelmektedir. Bunun en bariz örneği koruyucu sağlık hizmetlerinde görülmektedir. Özel kesim karlı bulmadığı bu alana girmemekte ve koruyucu sağlık hizmetleri kamu sağlık hizmeti olarak sunulmaktadır.

Sağlık sektöründe tekelleşme ilaç sektöründe de kendini göstermektedir. İlaç sektörü sabit yatırımları ve araştırma geliştirme harcamaları çok yüksek olan bir sektördür. İlaç firmaları ölçek ekonomilerinden ve ürünlerine sağlanan patent uygulamalarından dolayı piyasada tekel gücüne ulaşabilmektedirler (Çoban, 2019: 18; Durukan Köse, 2021: 136). Sağlık hizmetleri piyasasında görülen tekelleşme eğilimleri kalite ve fiyat açısından rekabetin oluşmasını engellemekte ve sosyal refah kaybına neden olmaktadır.

4.2.8. Piyasadaki Hizmetler Denenemez, İkame Edilemez ve Stoklanamaz

Sağlık hizmetlerinin kendine has özelliklerinden dolayı sağlık hizmetleri piyasasında talep edilen mal ve hizmetlerin talebi belirsiz ve düzensizdir. Dolayısıyla ihtiyaç duyulan sağlık hizmetini deneme imkanı yoktur ve hasta hekime güvenmek zorundadır (Arow, 1963: 949). Talep edilen sağlık hizmeti ihtiyaç duyulduğu anda sunulmalı ve tüketilmelidir. Örneğin, almak istediğiniz bir otomobili sürüş yaparak deneyebilir ve performansını test edebilirsiniz, bir kıyafeti satınalmadan önce deneyebilirsiniz, ancak ameliyat olmak zorunda iseniz bunun için önceden bir deneme ameliyatı olamazsınız. Çünkü sağlık hizmetleri piyasasında hizmetleri satınalmadan önce deneme imkanı yoktur.

Sağlık hizmetleri piyasasında sunulan hizmetler denenemediği gibi başka herhangi bir mal veya hizmet ile de ikame edilemez. Diğer mal ve hizmetler piyasasında ihtiyaç duyulan mal ve hizmetlerin ikamesi mümkündür. İstenilen marka ve modelde bilgisayarı veya otomobil bulamayan bir kişi bunu başka marka ve modellerle ikame edebilir ve ihtiyacını karşılayabilir. Ancak sağlık hizmetleri piyasasında bireyin ihtiyaç duyduğu beyin ameliyatı yerine kalp ameliyatı yada mide ameliyatı yerine böbrek ameliyatı yapılamaz (Tıraş, 2020: 31). Bunların birbiri ile ikame edilmesi mümkün olmamaktadır.

Sağlık hizmetlerinin tesadüfi olma özelliğinden kaynaklı üretildiği anda tüketilmesi gerekmekte ve stoklanamamaktadır. Bir sağlık kuruluşunun hizmetin üretim miktarını önceden planlaması, üretmesi ve gerektiği miktarda kullanması, kullanılmayan hizmetleri sonra kullanmak üzere stoklaması söz konusu değildir (Ünal, 2013: 30). Başka bir ifadeyle, sağlık hizmetleri piyasasında talebin az olduğu dönemlerde hizmetlerin büyük miktarlarda üretilerek stoklanması ve talebin çok olduğu durumlarda stoklardan kullanılması olası değildir (Tıraş, 2020: 32). Dolayısıyla sağlık hizmetleri piyasası, tesadüfi olarak ortaya çıkan, satınalmadan önce denenemeyen, üretildiği anda tüketilmesi gereken, stoklanamayan, başka bir hizmetle ikamesi mümkün olmayan ve garantisi olmayan hizmetlerin üretildiği bir piyasa yapısına sahiptir.

4.2.9. Sağlık Hizmetleri Piyasasında Bilginin Bir Maliyeti Vardır

Tam rekabet piyasasında karar alma sürecinde tüm bilgiler taraflarca herhangi bir maliyete katlanmadan ele edilirken sağlık hizmetleri piyasasında bilginin bir maliyeti söz konusudur. Yüksek bilgi maliyeti sağlık hizmetleri piyasasının en önemli özelliklerinden biridir (Mutlu ve Işık, 2012: 64). Hastalıkların ortaya çıkışı, oluşma süreci ve olası sonuçlarını bilmek ileri derecede bilgiyi gerektirmektedir. Bireyin hastalığı ile ilgili bilgi almasının tek yolu hekime danışmaktır. Hekim, hastanın ihtiyaçlarını en iyi bilen ve anlayan kişidir. Bir hekimin veya diğer sağlık personellerinin yetişmesi uzun zaman ve maliyetler

gerektirmektedir. Ayrıca hizmet verilen sağlık tesislerinin kuruluş ve sabit maliyetleri çok yüksektir. Tıbbın ve tıbbi teknolojinin önemli derecede ilerlemesi ve yeni ilaçların geliştirilmesinin yüksek maliyet gerektirmesi de bir araya geldiğinde alınacak bilginin maliyeti artmaktadır. Bunun yanı sıra, eksik bilginin alınması da yine maliyetlerin artmasına neden olarak dolaylı biçimde bilgi maliyetini yükseltmektedir (Tıraş, 2021: 231).

4.2.10. Piyasa Kamu ve Özel Kesimin Yer Aldığı Karma Bir Özellik Gösterir

Sağlık hizmetleri piyasası hizmet sunucuları açısından karma bir özellik göstermektedir. Piyasada özel sağlık kuruluşlarının yanı sıra devlet ve kâr amacı gütmeyen farklı özelliğe sahip sağlık kuruluşları faaliyette bulunmaktadır. Özel kesim kar amacıyla özellikle hastane hizmetleri sunumu ve sağlık sigortacılığı ile piyasada faaliyette bulunmaktadır. Devlet ise özel kesimin kâr güdüsüyle faaliyette bulunduğu hastane hizmetleri sektöründe kâr amacı gütmeyen devlet hastaneleri, şehir hastaneleri ve üniversite hastaneleri ile dengeleyici olarak piyasada faaliyette bulunmaktadır. Ayrıca kar amacı güden/gütmeyen çeşitli vakıf hastaneleri de piyasada faaliyet göstermektedir (Tıraş, 2021: 229). Dolayısıyla sağlık hizmetleri piyasası hem özel kesimin hem de kamu kesiminin yer aldığı karma bir özellik göstermektedir.

4.2.11. Piyasaya Devletin Müdahalesi Kaçınılmazdır

Sağlık hizmetleri piyasasının tam rekabet şartlarını taşınamaması piyasada çeşitli aksaklıkların oluşmasına ve devletin piyasaya müdahale etmesine neden olmaktadır. Piyasa aksaklıkları veya piyasa başarısızlıkları, sağlık hizmetlerinin kendine has özelliklerinden kaynaklanmakta ve piyasaya devletin müdahale etme gerekçelerini oluşturmaktadır. Devlet, sağlık hizmetleri piyasasında aksaklıkların önüne geçmek ve hakkaniyetin sağlanması amacıyla piyasaya çeşitli şekillerde müdahalede bulunmaktadır. Devlet piyasaya, ya doğrudan mal veya hizmet üreticisi olarak yada piyasayı düzenleyici ve denetleyici olarak (Yıldırım, 2012: 33) müdahale etmektedir.

Devlet piyasada, kurduğu hastanelerde doğrudan mal ve hizmet üreticisi olarak ve aldığı sigorta önlemleri ile faaliyette bulunabilir. Bu durumda sağlık hizmetleri sunumu kamu sağlık kuruluşları tarafından yerine getirilir. Özel kesimin karlı bulmadığı ve hizmet sunumundan imtina ettiği koruyucu sağlık hizmetleri devlet tarafından sunulur. Yine devlet, haksız rekabeti önlemek, çalışanları, çevreyi ve özellikle tüketicileri korumak amacıyla düzenleyici bir faktör olarak piyasada bulunur. Gerekli sağlık politikalarının oluşturulması, hizmete ilişkin norm ve standartların belirlenmesi, ilgili kanun ve yönetmeliklerin

çıkartılması, uygulanması ve denetlenmesi gibi geniş yetkiler ile piyasaya müdahale etmektedir. Bununla birlikte üretilen sağlık mal ve hizmetlerinin finansmanını da üstlenerek bir finansör rolü üstlenmektedir (Yıldırım, 2012: 33-34). Devlet hakkaniyetin ve sosyal verimliliğin sağlanması için sağlık hizmetleri piyasasında finansör olarak bulunmaktadır.

Özetle, tam rekabet şartlarının geçerli olmadığı sağlık hizmetleri piyasasına devletin müdahalesinin asıl amacı, sağlık işletmelerini, sağlık işverenlerini ve çalışanlarını, kamu ve özel sağlık sigortası kuruluşlarını korumak, çıkarlarını uyumlaştırmak ve karşılıklı güveni sağlamaktır (Yıldırım, 2012: 34). Bunun içinde devletin müdahalesi kaçınılmaz olmaktadır.

5. SONUÇ

Bu bölümde piyasa, sağlık hizmetleri ve sağlık hizmetleri piyasası konuları üzerinde durulmuştur. Piyasa denildiğinde ilk olarak, alıcı ve satıcıların bir araya gelerek oluşturdukları ortam akla gelmektedir. Ancak iktisadi anlamda piyasalar tam rekabet piyasasına göre şekillenmekte ve tam rekabet şartlarından sapma derecesi piyasanın yapısını belirlemektedir. Tam rekabet piyasası, piyasaya dışarıdan hiçbir müdahalenin olmadığı, fiyatların arz ve talebe göre serbestçe olduğu ideal bir piyasa biçimidir. Sağlık mal ve hizmetlerinin alınıp satıldığı sağlık hizmetleri piyasası da tam rekabet şartlarını sağlamayan ve tam rekabet piyasasından oldukça farklılaşan bir piyasa yapısı özelliğine sahiptir. Sağlık hizmetlerinin kendine has özelliklerinden kaynaklanan bu piyasa özellikleri sağlık mal ve hizmetlerinin tamamının piyasada alınıp satılmasına engel olmakta, devletin piyasaya müdahale etmesini gerektiren piyasa başarısızlıklarına neden olmaktadır.

Sağlık hizmetleri piyasası günümüzde iletişim ve teknolojik gelişmeye bağlı olarak hızla büyümekte ve gelişmektedir. Buna bağlı olarak piyasa yapısı da şekillenmektedir. Heterojen mal ve hizmetlerin üretilmesi, rekabetin çok az olması, piyasaya girişte engellerin olması ve arzın kısa sürede artırılamaması sağlık hizmetleri piyasasını monopolleşmeye uygun hale getirmektedir. Piyasadaki az sayıda üretici tarafından üretilen mal ve hizmetlere ne zaman, nerede ve ne kadar ihtiyaç duyulacağı bilinmemektedir. Yani sağlık hizmetleri piyasasında üretilen mal ve hizmetlere olan ihtiyaç tesadüfi olarak ortaya çıkmakta, öngörülemez, denenemez, stoklanamaz, ikame edilemez özellikler taşımaktadır. Ayrıca piyasada asimetrik bilginin olması ve bilginin maliyetinin olması, dışsallıklar, arz-talep dengesizliği, tüketicinin üreticiye bağımlılığı, bazı mal ve hizmetlerin devlet tarafından üretilmesi zorunluluğu ve devletin piyasaya tüm kesimleri korumak amacıyla müdahalede bulunmak zorunda olması sağlık hizmetleri piyasasının diğer önemli özelliklerini oluşturmaktadır.

KAYNAKÇA

- Altay, A. (2007). “Sağlık Hizmetlerinin Sunumunda Yeni Açılımlar ve Türkiye Açısından Değerlendirilmesi”, Sayıştay Dergisi, 64, 33-58.
- Arrow, K. J. (1963). Uncertainty and The Welfare Economics of Medical Care. *The American Economic Review*. 53(5): 941-973.
- Arslantaş, D. (2013). Temel Sağlık Hizmetleri Kavramı, (İçinde, Temel Sağlık Hizmetleri, Editör: D. Arslantaş), TC Anadolu Üniversitesi Yayını No: 2903, Açıköğretim Fakültesi Yayını No:1860, Eskişehir, 2-19.
- Ateş, M. (2016). Sağlık Sistemleri, Beta Basım Yayın Dağıtım A. Ş., Yayın No: 3464, İşletme Ekonomi Dizisi: 831, 3. Baskı, Ankara.
- Çelik, Y. (2011). Sağlık Ekonomisi, Siyasal Kitabevi, Ağustos, Ankara.
- Çoban, H. (2019). Health Economics and Reasons for Government Intervention in Health Care. *BİLTÜRK Ekonomi ve İlişkili Çalışmalar Dergisi*, 1 (1), 4-27
- Durukan Köse, S. (2021). Sağlık Hizmetleri Piyasası ve Piyasa Başarısızlığı, (İçinde, Salık Ekonomisi, Editörler: Hüseyin Aslan, Emine Çetin Aslan ve Mehmet Top), Siyasal Kitabevi, Ankara, 131-146.
- Gubb, J. ve Meller-Herbert, O. (2009). Markets in Health Care, The Theory Behind The Policy. CIVITAS: Institute for the Study of Civil Society. https://www.civitas.org.uk/content/files/Civitas_Markets_in_healthcare_Dec09.pdf Erişim Tarihi: 18.06.2023.
- Jakab, Z. (2011). “Presentation: Designing the road to better health and well-being in Europe”, at the 14 th European Health Forum Gastein, 7 October, Bad Hofgastein, Austria.
- Köktaş, A. M. (2014). Sağlık Ekonomisi, 657 Yayınevi, Ankara.
- Lustig, N. (2004). “Investing in Health for Economic Development”, Mexican Commission on Macroeconomics and Health, <http://who.int/macrohealth/action/sintesis15novingles.pdf> Erişim T: 20.04.2023.
- Manavgat, G. (2019). Sağlık Ekonomisi Ve Sağlık Hizmet Piyasası, (İçinde, Sağlık Kurumları Yönetimi, Editör: Ayhan Demirci ve Gökçe Manavgat), Gazi kitabevi, I. Baskı, 19-42.
- Mutlu, A. ve Işık, A. K. (2012). Sağlık Ekonomisine Giriş, Ekin Basım Yayın Dağıtım, Bursa.
- Orhaner, E. (2018). Türkiye’de Sağlık Sigortası, Siyasal Kitabevi, Gözden Geçirilmiş 2. Baskı, Ekim, Ankara.
- Ünal, E. (2013). Sağlık Ekonomisi Ve Yönetimi, Ekin Basın Yayın Dağıtım, Bursa.

- Ünsal, E. M. (2004). Mikro İktisada Giriş, Gözden Geçirilmiş 2. Baskı, Turhan Kitabevi Yayınları, Ankara.
- Ünsal, E. M. (2014). Mikro İktisat, Genişletilmiş 10. Baskı, BigBang Yayınları, Ankara.
- Saraçoğlu, S. ve Öztürk, F. (2016). Sağlık Hizmetlerine Yönelik Talebin Belirleyicileri: Türkiye Üzerine Bir Uygulama. *İş ve Hayat*, 2(4), 293-342.
- Sayım, F. (2009). Sağlık Hizmetleri Ve Sağlık Sektörünün Piyasa Yapısı, (İçinde, Sağlık İşletmeleri Yönetim Rehberi, Editör: Ali Coşkun ve Ahmet Akın), Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Somunoğlu, S. (2012). “Sağlık-Sağlık Hizmetleri ve Türk Sağlık Sistemi”, (İçinde, Sağlık Kurumları Yönetimi-I, Editör: Mehtap TATAR), Anadolu Üniversitesi, TC Anadolu Üniversitesi Yayını No:2631, Açıköğretim Fakültesi Yayını No:1599, Eskişehir.
- Stiglitz, J. E. ve Rosengard, J. K. (2015). *Economics of The Public Sector*. 4. Edition. W. W. Norton & Company, Inc. New York, London
- Şıklar, İ. (2016). İktisadı Neden Öğrenmeliyiz?, (İçinde, İktisada Giriş I, Editör: Kemal Yıldırım ve S. Fatih Kostakoğlu), TC Anadolu Üniversitesi Yayını No: 3277, Açık Öğretim Fakültesi Yayın No: 2140, I. Baskı, Eskişehir.
- Tengilimoğlu, D. (2012). Sağlık Hizmetleri Pazarlaması, Siyasal Kitapevi, 2. Baskı, Ankara.
- Tıraş, H. H. (2013). “Sağlık Ekonomisi: Teorik Bir İnceleme”, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, 3(2), 125-151.
- Tıraş, H. H. (2020). Sağlık Harcamaları Ve Ekonomik Büyüme, Orion Kitabevi, I. Baskı, Ankara.
- Tıraş, H. H. (2021). Sağlık Hizmetlerinde Piyasa Başarısızlığı ve Devletin Müdahale Nedenleri, (İçinde, İktisadi, Mali ve Finansal Konulara Bakış Açıları, Editör: Şahin Karabulut), Gazi Kitabevi, I. Baskı, Ağustos, Ankara.
- Yaylalı, M., Kaynak, S. ve Karaca, Z. (2012). Sağlık Hizmetleri Talebi: Erzurum İlinde Bir Araştırma, *Ege Akademik Bakış*, 12(4), 563-573.
- Yıldız, Ş. ve Eren, M. (2020). Sağlık Hizmetleri Finansman ve Başlıca Finansman Yöntemleri, (İçinde, Sağlık Ekonomisi, Editör: Selim Başar), T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını No: 4074, Açıköğretim Fakültesi Yayını No: 2856, Eskişehir.
- Yıldırım, H. H. (2012). Piyasa, Piyasa Başarısızlıkları, Sağlık ve Sağlık Sigortacılığı, (İçinde: Sağlık Sigortacılığı, Editör: Hasan Hüseyin Yıldırım), TC Anadolu Üniversitesi Yayını No:2527, Açıköğretim Fakültesi Yayını No:1498, Eskişehir, 20-39.

84. Bölüm

Yönetsel Becerilerin Yöneticilerin Astları Tarafından Değerlendirilmesi: Sağlık Sektörü Çalışanları Özeline Bir Araştırma

Işıl KIROĞLU ARSLAN ¹

¹ Dr. Öğretim Üyesi; Ardahan Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Sağlık Yönetimi Bölümü.
kiroglu.isil@gmail.com ORCID No: 0000-0002-1122-4582..

ÖZET

GİRİŞ

Günümüzün rekabet odaklı ekonomik ve sosyal yapısı, örgütlerin müşterileri için yüksek kalitede ürün ve hizmet sunmalarını gerektirmektedir. Kaliteli hizmet sunumu ancak doğru yönetilen örgüt ve iş süreçlerine bağlıdır. Doğru yönetimin başrolünde ise yöneticiler bulunmaktadır. Yöneticilerin, görevlerini etkili ve verimli bir şekilde gerçekleştirmeleri için insanları ve diğer kaynakları yönetmelerine yardımcı olacak becerilere ihtiyaçları vardır. Burgoyne ve Stuart (1976) örgütsel başarı ve yönetim performansını ortaya çıkaran özelliklerin yönetim becerilerinin kullanılması olduğu şeklinde açıklamaktadır. Örneğin yöneticilerin zamanlarının önemli bir kısmını diğer insanlarla konuşarak ve dinleyerek geçirmelerinden ve örgütün medya faaliyetleri dahilinde yer almalarından kişilerarası becerilerin yöneticilik açısından önemli olduğu sonucunu çıkarmaktadırlar.

Değişen rekabet koşulları içerisinde, diğer birçok örgütün müşteri odaklılığı gibi sağlık örgütleri de hasta odaklı hizmet sunma anlayışına uygun hareket etmek zorundadır. İnsanların sağlığına yönelik iş süreçlerine sahip olan sağlık örgütlerinde hizmetlerin en iyi şekilde gerçekleştirilebilmesi için etkili yönetim sistemlerine ihtiyaç vardır. Bu sistemler kapsamında yönetici özelliklerinin süreç performansını ve klinik sonuçları etkilediği görülmüştür (Parand, Dopson, Renz ve Vincent, 2014). Ayrıca uygun yönetim becerilerinin çalışanların sonuçlarını da olumlu yönde etkileyerek örgütsel etkinliğin, nicelik ve niteliğin artmasını sağladığı da bulunmuştur (Supic, Bjegovic, Marinkovic, Milicevic ve Vasic, 2010). Yönetim becerilerinin özellikle çalışanların sonuçlarını etkilemesi kaçınılmazdır. Zira sağlık örgütleri insan emeğinin yoğun olduğu iş süreçlerine sahiptir. Sağlık sektöründe gerçekleşen cerrahi, hemşirelik veya hasta bakım hizmetleri gibi sağlık hizmetlerinin gerçekleştirilmesi yüksek oranda bireysel işgücüne dayanmaktadır (Küçükman, 2015). Sağlık uygulamaları belirsizliklere ve hatalara karşı oldukça hassas olup işlemlerin tek seferde ve doğru biçimde gerçekleştirilmesi esastır (Aydoğan, 2011; Göktaş, 2018). Dolayısıyla sağlık örgütlerinde uygulanacak yönetim sistemlerinin ve bu sistemler içinde özellikle yöneticilerin kullandıkları becerilerin ciddi bir öneme sahip olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır.

Bununla birlikte bürokratik örgüt modeline sahip kamu kurumlarında çalışanların örgüt veya bölüm düzeyinde kararlara katılmaları veya herhangi bir konu ile ilgili fikir beyanında bulunmaları pek rastlanan bir durum olmadığından (Göksoy, 2014) astların yönetim süreçleri ve süreçleri uygulayan yöneticiler ile ilgili değerlendirme yaptıkları bu tarz çalışmalara nadiren rastlanmakta; hatta katılımcılara çalışmaya dâhil olmaları hususunda teklif sunulduğunda oldukça ilgilerini çekmektedir. Tüm bunlar dikkate alındığında

bu çalışmada, yönetim kararlarını uygulaması beklenen astların, işleri asıl yapan kişiler olarak, sağlık örgütlerinde yöneticilerin yönetsel becerilerini değerlendirmesine odaklanılmaktadır.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Yönetici ve Yönetsel Beceriler

Yönetim ve Organizasyon literatüründe, *yönetim* faaliyeti insanlar ve diğer kaynakların bir araya getirilmesi ile örgütün amaçları ve hedeflerinin gerçekleştirilmesi süreci (Boone ve Kurtz, 2013; Yüksel, Işık, Uğurluoğlu ve Kahraman, 2016) olarak tanımlanırken yönetici de örgütsel amaçlara ve hedeflere ulaşmak üzere emrindeki insanları, diğer kaynakların kullanımıyla iş birliği içinde yönlendiren kişi olarak tarif edilmektedir (Dinçer ve Fidan 2009).

Başarılı yöneticilik üzerine birçok çalışma yapılmıştır. Katz'a (1974) göre 70'lerde iyi yöneticilerin seçimi ve eğitimi konusu Amerikan endüstrisinin en acil sorunlarından biri olarak geniş çapta kabul edilmiş olmasına rağmen, iyi yöneticiliğin nasıl olması gerektiği konusunda yöneticiler ve eğitimciler arasında çok az bir fikir birliği mevcuttur. Bu farklılığın temelinde, herhangi bir örgütteki herhangi bir sorunla etkili bir şekilde başa çıkabilecek donanımına sahip "ideal yöneticiyi" objektif olarak tanımlayacak vasıfların aranması bulunmaktadır. Sryker'in (1954) gözlemlerine göre ise bir örgütün farklı düzeylerdeki işleri için her türden farklı yöneticilere ihtiyacı olduğu bilinen bir gerçektir. Örneğin üretimdeki bir atölye şefinin en çok ihtiyaç duyduğu nitelikler, üretimden sorumlu bir başkan yardımcısının ihtiyaç duyduğu niteliklerle muhtemelen oldukça farklıdır. Kısacası örgütün farklı kademelerinde farklı yönetsel becerilere ihtiyaç duyulmaktadır.

Yönetsel beceriler, farklı seviyelerdeki yönetici pozisyonunda olan bireylerin bazı belirli yönetim faaliyetlerini veya görevlerini yerine getirme konusundaki bilgi ve yeteneği olduğu belirtilmektedir. Ayrıca bu bilgi ve yetenek öğrenilebilir ve geliştirilebilir olarak tanımlanmaktadır. Özellikle gerekli görevlerin yerine getirilmesi ile pratik kazanılmasının bu becerileri geliştirdiği ifade edilmektedir (Gentry, Harris, Baker ve Brittain Leslie, 2008; Katz, 1974; Kraut, Pedigo, McKenna ve Dunnette, 1989). Zaman içerisinde yönetsel becerilerle ilgili farklı sınıflamalar ortaya konulmuş olsa da en temel sınıflama becerileri *teknik*, *beşerî/insani* ve *kavramsal* olarak üç başlık altında toplayan Katz'a (1974) aittir. Katz'ın literatür desteği ve saha araştırmalarına dayandığı bu üçlü sınıflamasındaki en temel kıstas ise yöneticilerin işlerini etkili bir şekilde yerine getirirken, diğer ifade ile yönetim pozisyonuna göre sergiledikleri beceri türlerine dayanmaktadır. Mumford, Zaccaro, Harding, Jacobs ve Flesihman (2000) yöneticilik özelliklerinin kazandırılabilceği tezine

dayanan bir çalışmada yöneticinin sahip olduğu bilgi ve becerileri birlikte ele alarak yetkinlik modelini ortaya koymuşlardır. Bu modele göre yöneticilik özellikleri doğuştan bahsedilmemekte, yetkinlikler zamanla eğitim ve tecrübe ile geliştirilmektedir. Modelin içerdiği beş bileşen ise “yetkinlikler, bireysel özellikler, liderlikten elde edilen çıktılar, kariyer boyunca elde edilen tecrübeler ve çevresel etkiler”dir. Daha sonra yönetsel becerileri detaylandıran Leggat (2007) “karar verme, liderlik, başkalarını etkileme, motive etme, performans yönetimi, izleme ve değerlendirme, veri analizi, sözel ve yazılı iletişim, müzakere, dinleme, geri bildirim sağlama, çatışma yönetimi, planlama, öz yönetim, zaman yönetimi, toplantı yönetimi ve akran danışmanlığı” sınıflarında ele almıştır. Genç (2007: 60-61) kitabında yönetsel becerileri “analitik, teknik, beşerî ve kavramsal” beceriler olarak dört başlık altında incelemiştir.

Bu çalışmada yönetsel beceriler Katz’ın (1974) sınıflamasına dayandırılmış ve onun tanımlamalarına yer verilmiştir. Bunlardan *teknik beceri*, belirli bir faaliyetle ilgili uzmanlık bilgisini, bu uzmanlık dahilindeki analitik yeteneği ve belirli bir disiplinin araç ve tekniklerini kullanma becerisini içerir. Mesleki eğitim programları büyük ölçüde bu uzmanlaşmış teknik becerinin geliştirilmesiyle ilgilidir. *Beşerî beceri*, yöneticinin bir grup üyesi olarak etkili bir şekilde çalışabilme ve liderlik ettiği ekip içinde iş birliğine dayalı çaba oluşturabilme yeteneğidir. Bu beceri, bireyin üstlerini, eşitlerini ve astlarını algılama (ve algılarını tanıma) ve sonrasındaki davranış biçimleriyle ortaya çıkar. Bu beceri kapsamında yönetici, organizasyonundaki diğer kişilerin ihtiyaçlarını ve motivasyon unsurlarını görebilmeli, karşılaşacakları durumlara karşı olası tepkilerini ve bunların sonuçlarını değerlendirebilecek kadar duyarlı olmalıdır. Bu duyarlılıkla, başkalarının algılarını dikkate alarak hareket etmesi doğal ve sürekli bir davranış halindedir. *Kavramsal beceri* ise işletmeyi (enterprise) bir bütün olarak görebilme yeteneğini ifade eder. Örgütün çeşitli işlevlerinin birbirine nasıl bağlı olduğunu ve herhangi bir bölümdeki değişikliklerin diğerleri üzerindeki etkisini anlamayı içerir. Ayrıca örgütün dış organlarla (endüstriyle, toplumla ve ülkenin siyasi ve ekonomik güçleriyle) ilişkisini görselleştirmeye kadar uzanır. Bu beceriye sahip olan yönetici iç ve dış ilişkileri anlayarak örgütün geleceği ve refahıyla ilgili doğru kararlar verebilecektir.

Sağlık Örgütlerinde Yönetmel Becerilerle İlgili Literatür Taraması

İnsan emeğinin yoğun olduğu ve birçok farklı uzmanlık alanının bir arada ve bağlantılı çalıştığı örgüt yapısına sahip sağlık örgütlerinde bu farklılıkları yönetmenin yüksek bir önemi olduğundan yönetsel becerileri konu alan birçok çalışma yürütülmüştür. Örneğin *Becoming An Effective Health Care Manager:*

The Essential Skills Of Leadership adlı kitabında Sperry (2003) yönetsel becerileri “analitik, ilişkisel ve operasyonel” şeklinde 3 başlık ve 12 maddede ele almıştır. Analitik beceriler altında *stratejik düşünme ve karar alma, bütçeleme süreci ile finans ve insan kaynaklarına hâkimiyet, örgütsel ve bireysel kaynakları değerlendirme*; ilişkisel başlığı altında *etkili ve stratejik iletişim, çatışma ve zor kişilerin yönetimi, performans yükseltme ve gelişim için koçluk yapma, rehberlik etme ve görüşme*; operasyonel beceriler dahilinde ise *örgütsel bağlılığın ve motivasyonun güçlendirilmesi, takım performansının maksimum seviyeye çıkarılması, performansı yükseltmek için yetki devri yapılması, stres ve zamanın etkili yönetimi* becerileri bulunmaktadır (Yüksel vd., 2016).

Kumpusalo, Virjo, Mattila ve Halila (2003) Finlandiya’da doktorların yönetim alanında lisansüstü uzmanlık eğitimine ilişkin görüşlerini ve yönetici hekimlerin yönetsel becerilerine dair değerlendirmelerini ortaya çıkarmak amacıyla yürüttükleri araştırmaya 2117 hekimi dahil etmişlerdir. Yönetim becerileri olarak “geleceği görme, faaliyetlerin planlanması, organize etme, yetki devri, motive etme, iletişim kurma, izleme ve değerlendirme ile geri bildirim sağlama” başlıklarını kullanmışlardır. Araştırmaya katılan ve yöneticilik tecrübesine sahip 318 hekimin %85’i ve lisansüstü eğitimini tamamlamış olan 1522 hekimin %82’si yönetim becerileri konusunda çok az eğitim aldıklarını bildirmiştir. Ayrıca araştırmada hekimlerin üstlerinin yönetim becerilerinden en çok “geri bildirim sağlama, izleme ve değerlendirme, motive etme ve yetki devri” konularında yetersiz olduklarını düşündükleri ortaya çıkmıştır.

Güney Afrika’da yürütülen bir araştırmada kamu ve özel hastane yöneticilerinin yerine getirdikleri yedi temel beceri (sağlık hizmetlerinin sunumu, planlama, organize etme, yönlendirme, kontrol etme, öz yönetim ve yasal-etik) ilgili kendi yeterlilikleri konusunda değerlendirmeleri istenmiştir. Analizler sonucunda özel sektördeki yöneticilerin, yönetsel becerilerin çoğunda kendilerini kamu sektöründeki meslektaşlarından önemli ölçüde daha yetkin olarak algıladıkları bulunmuştur. Çalışmanın sonunda Güney Afrika’da kamu sektöründe yönetim kapasitesi eksikliği olduğu ve özel sektör ile kamu sektörü arasında önemli bir uçurum olduğu yönündeki varsayımın doğrulandığı ifade edilmiştir (Pillay, 2008).

Türkiye’de ise Yüksel ve arkadaşları (2016) tarafından Kocaeli ilindeki kamu hastanelerinde görevli 106 yöneticinin 13 yönetsel beceri açısından kendilerini değerlendirdikleri bir çalışma yürütülmüştür.

Araştırma sonucunda, yöneticilerin yönetsel becerilerin dördünde (*iletişim, anlaşma, liderlik, tavsiyelerde bulunma ve görüşme*) oldukça gelişmiş düzeyde

oldukları ve dokuzunda (*motivasyon, bağlılık, ekip performansını arttırma, yetki devri, stratejik düşünme - karar verme, bütçeleme, finansal - insan kaynakları izleme, kurumsal - kişisel kaynaklara uyum ve zaman - stres yönetimi*) gelişmiş düzeyde oldukları belirlenmiştir. Bununla birlikte yöneticilerin en iyi oldukları yönetsel becerinin *anlaşma* ve en kötü oldukları becerinin ise *bağlılık* olduğu ortaya konulmuştur.

Ankara il merkezindeki 26 kamu hastanesinde 334 hastane yöneticisi (başhekim, hastane müdürü, başhemşire ve yardımcıları) ile yürüttükleri araştırmada Toygar ve Akbulut (2013) hastane yöneticilerinin karar verme ve problem çözme beceri düzeylerini belirlemeye ve bu becerilerin diğer yönetsel becerilerle ilişkisini tespit etmeye odaklanmışlardır. Çalışma sonucunda hastane yöneticilerinin *karar verme ve problem çözme* becerileri ile *motivasyon, örgüte bağlılık ve takım performansı* becerileri arasında pozitif yönde zayıf bir ilişki bulunmuştur. Ancak *yetki verme* becerileri ile *güçlendirme, etkili ve stratejik iletişim, çatışma yönetimi, koçluk, danışmanlık ve müzakere, örgütsel kaynakların insan kaynaklarına uyumu ve zaman ve stres yönetimi* becerileri arasında pozitif yönde orta düzeyde bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

METODOLOJİ

Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Bu araştırmanın temel amacı, sağlık örgütlerinde ast olarak çalışanların yöneticilerin yönetsel becerileri konusundaki değerlendirmelerini ortaya koymaktır. Yönetsel beceriler Katz'ın (1974) sınıflamasına dayandırılmış ve “teknik, beşerî ve kavramsal” beceriler olarak ele alınmıştır.

Sağlık kurumlarında çalışmış/çalışan veya bu kurumlarda staj öğrenimi görmüş/görmekte olan Sağlık Yönetimi Bölümü lisans ve yüksek lisans öğrencileri katılımcı olarak belirlenmiştir. Araştırmanın evrenini ise İç Anadolu Bölgesi'nde yer alan üniversitelerin Sağlık Yönetimi bölümlerinde okuyan öğrenciler oluşturmaktadır. İç Anadolu Bölgesi'nin seçilmesindeki kıstas ise hem öğrenciler hem de araştırmacılar açısından daha kolay ulaşılabilir bir bölge olması ve bu açıdan çeşitlilik arz etmesidir. Bu bölgede Sağlık Yönetimi Bölümü bulunan üniversitelerin bölümlerindeki 2023 yılı öğrenci sayıları, Yükseköğretim Kurumu'nun (YÖK) internet sitesinde bulunan Program Atlası'na dayalı olarak elde edilmiştir. Bir önceki yılda *mezun olan öğrenci sayıları* toplanarak 604 sayısına ulaşılmıştır (YÖK, 2023). Araştırma için örneklem hacminin hesaplanmasında $\alpha = 0.05$ İçin Örneklem Büyüklükleri” tablosu (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004) dikkate alınmıştır. Tabloya göre %5 örneklem hatası sütununda 217 ila 254 sayısında katılımcıya ulaşılması gerektiği saptanmış ve 235 kişi örnekleme dahil edilmiştir.

Araştırmanın Yöntemi

Araştırma, sağlık sektöründe hizmet sunumunda çalışan bireylerin yöneticilerinin yönetsel becerilerini değerlendirmesine yöneliktir. Nicel araştırma yöntemlerinden tarama modelinin tercih edildiği çalışmada veri elde etmek üzere anket tekniği kullanılmıştır. Anket soruları katılımcıların algısal değerlendirmelerine dayanmaktadır.

Araştırmada sağlık örgütlerinde birim/bölüm yöneticileri (servis sorumlu hekimi, servis sorumlu hemşiresi, personel şefi gibi) ve üst yöneticilerin (başhekim, başhekim yardımcısı, başhemşire, hastane yöneticisi gibi) becerilerin hangilerini kullandıkları ve bu beceride ne düzeyde oldukları sorgulanmaktadır. Bu doğrultuda aşağıdaki araştırma sorularına cevap aranmıştır:

S1: Sağlık kurumlarında çalışan birim/bölüm yöneticileri hangi yönetsel becerileri kullanmaktadır?

S2: Sağlık kurumlarında çalışan üst düzey yöneticiler hangi yönetsel becerileri kullanmaktadır?

S3: Sağlık kurumlarında çalışan birim/bölüm yöneticileri yönetsel becerileri ne düzeyde kullanmaktadır?

S4: Sağlık kurumlarında çalışan üst düzey yöneticiler yönetsel becerileri ne düzeyde kullanmaktadır?

Araştırmada yöneticilerin yönetsel becerilerinin (teknik, beşerî ve kavramsal) ölçülmesini sağlamak üzere çoklu cevaplı seçme gerektiren bir soru ile bu soruyu desteklemek üzere her bir becerinin derecelendirme ölçeği sorusu ile değerlendirildiği dört soru sorulmuştur. Bu sorulardan ilki seçme gerektiren test sorusudur. Soru iki şıkta ayrılmış olup hem kurumun üst düzey yöneticileri için hem de çalışanların birimde bağlı oldukları yöneticiler için ayrı ayrı sorulmuştur: “Kurumunuzda üst düzey yöneticiler aşağıdaki yönetsel becerilerden hangilerini kullanmaktadır?” ve “Biriminizde bağlı olduğunuz yöneticiniz aşağıdaki yönetsel becerilerden hangilerini kullanmaktadır?” Bu soruların altında bir veya fazla tercih yapabilecekleri üç cevap şıkkı bulunmaktadır. Bu şıkların her biri bir yönetsel beceriyi göstermekte ve becerinin yanında literatürden alınan tanımı bulunmaktadır. Katılımcıların buna uygun olarak seçim yapması beklenmektedir. Seçme gerektiren testler öğrenci veya aday değerlendirmelerinde daha çok sözel yeteneğin ölçülmesinde kullanılmakta ve maddelerle testlerin özellikleri sayısal olarak belirtilebilmektedir (Baykul, 1989; Karaca, 2004). Ayrıca Karaca’ya (2004) göre seçme gerektiren soruların diğer soru türlerine (kısa cevaplı / açık uçlu,

doğru yanlış) göre geçerliliğinin daha yüksek olduğunu belirtmektedir. Güvenirlik açısından soru türleri arasında manidar bir farkın olmadığını belirten Karaca (2004) farklı soru türlerinin bir arada kullanılmasının daha başarılı ölçüm gerçekleştirebileceğini önermektedir. Ayrıca Eren'in (2015) çoktan seçmeli ve karma test uygulamalarına yönelik öğrenci başarılarını karşılaştırmayı amaçladığı çalışmasının sonunda karma sorulardan oluşan test türünün çoktan seçmeli maddelerden oluşan testten anlamlı düzeyde daha güvenilir olduğunu ortaya koymuştur. Yönetsel becerilerle ilgili anket formunda yer alan toplam dokuz adet ifade Yıldız (2008) tarafından literatüre dayanarak oluşturulup çalışmada kullandığı yönetsel becerilere yönelik ifadelerden edinilmiştir. Orijinal çalışmada beceriler başlıkları altında ayrılmamış olan ifadelerin Cronbach alfa değeri 0.86'dır. Bu çalışmada becerilere göre ayrılmış olan ifadelerin güvenirlilik analizlerine bakıldığında, kavramsal becerileri ölçen üç ifadenin birlikte Cronbach alfa katsayısı 0.89, beşerî becerileri ölçen üç ifadenin güvenirlilik katsayısı 0.88 ve teknik beceriyi ölçmek üzere kullanılan diğer üç ifadenin Cronbach alfa değeri 0.86'dır. Likert ifadeleri ise "kesinlikle katılmıyorum" ile "kesinlikle katılıyorum" arasında derecelendirilmiştir.

Katılımcılara çalışmayı anlatan ve çevrimiçi ankete yönlendiren bağlantı adresinin yer aldığı bir elektronik posta gönderilmiştir. Anket sorularının başına yerleştirilen "Bu çalışmaya tamamen gönüllü olarak katılıyorum ve paylaştığım bilgilerin bilimsel amaçlı yayınlarda kullanılmasını kabul ediyorum" cümlesinin yanındaki kutucuğu tıklamaları ile katılımcıların onamları alınmıştır.

İstatistiksel Analizler

Verinin istatistiksel analizinde SPSS 26.0 paket programı kullanılmıştır. Öncelikle her bir katılımcının yöneticilerde üç beceriden kaçına sahip olduğu sorulduğundan becerilerin sayıları ile oran analizleri yapılmıştır. Ardından bu becerileri ne düzeyde uyguladıklarını sorgulayan ve beş aşamalı derecelendirmeye dayalı olan soruların puanlarını elde etmek için aritmetik ortalama hesaplamaları kullanılmıştır. Son olarak bu iki soru grubu arasında korelasyon hesaplamalarına başvurulmuştur.

Ayrıca beş aralıklı psikometrik ölçüme dayalı olan sorularda dört aralık (1-2, 2-3, 3-4, 4-5) bulunduğundan madde puanlarının değerlendirilmesinde 0,80 puan aralığı kullanılmıştır. Bu aralığın hesaplanmasında Kaplanoğlu'nun (2014) önerisine dayanarak aşağıdaki formül kullanılmıştır:

(En Yüksek Değer – En Düşük Değer)/5 = (5 – 1)/5 = 4/5 = 0,80). Neticede 5li Likert aralıkları (1.00-1.81, 1.81-2.60, 2.61-3.40, 3.41-4.20, 4.21-5.00) şekliyle kabul edilmiştir.

BULGULAR VE TARTIŞMA

Demografik Özelliklerle İlgili Bulgular

Bulgulara göre araştırmaya katılan 235 kişinin %72'si kadın olup %66.4'ü hastanede görev yapmakta veya yapmıştır. Görev yapılan birim tipi açısından katılımcıların %53.6'sı tıbbi birimde tecrübe sahibidir. Katılımcıların yaş ortalaması 30.6 ve iş tecrübeleri ortalama 8 yıldır (Tablo 1).

Tablo 1. Örneklemenin Demografik Özellikleri

Değişken		f	%
Cinsiyet	Kadın	169	72
	Erkek	66	28
Görev yapılan birim tipi	İdari-mali	95	40.4
	Tıbbi	126	53.6
	Her ikisinde (İdari-mali ve Tıbbi)	14	6
Çalışılan / staj	112 istasyonu	7	3
yapılan kurum tipi	Aile sağlık merkezi	4	1.6
	Hastane	156	66.4
	Sağlık müdürlüğü	56	24
	Toplum sağlığı merkezi	12	5
Yaş	Min: 20, Max: 60, Ort: 30.6		
İş hayatındaki süresi (yıl)	Min: 1, Max: 41, Ort: 8.2		

Araştırma Sorularıyla İlgili Bulgular

Bu çalışmada insan emeğinin yoğun olduğu ve karmaşık bir yapısı olan sağlık örgütlerinin yöneticilerinin en çok hangi yönetsel becerileri kullandığı sorgulanmaktadır. Buna cevap aramak üzere yöneticilere bağlı olarak çalışan astların değerlendirmelerine başvurulmuştur. Araştırmadan elde edilen ilk bulguda katılımcıların %56'sı üst düzey yöneticilerin teknik becerilerini, %59'u üst düzey yöneticilerin beşerî becerilerini ve %47'si ise üst düzey yöneticilerin kavramsal becerilerini kullandıklarını ifade etmiştir (Tablo 2). Oranların çok yüksek olmadığı görülmektedir. Özellikle üst düzey yöneticilerin kavramsal becerilerini kullanım oranının %50'nin altında kalması dikkat çekicidir. Oysaki bu çalışmada da temel alınan Katz'ın (1974) sınıflamasında becerilerin kullanım oranlarının yönetim kademelerine göre değiştiği kabul edilmektedir. Buna göre alt düzey yöneticilerin görevlerinin teknik uzmanlık gerektirmesi, orta düzey yöneticilerin daha çok insani ilişkileri kullanmayı gerektiren görevlerinin olması ve üst düzey yöneticilerin daha fazla kavramsal becerileri kullanmayı gerektiren örgütsel kararlar almaya yönelik görevlerinin bulunması becerilerde bu derecelendirmeyi beraberinde getirmektedir. Ayrıca Yüksel ve arkadaşlarının (2016) hastane yöneticileriyle yaptığı bir araştırmanın bulgularına göre yönetim pozisyonlarında daha tecrübeli olan kişilerde (bu çalışmada kavramsal beceriler

olarak adlandırılan) stratejik düşünme ve karar verme becerilerinin daha yüksek olduğu bulgusu elde edilmiştir. Diğer yandan Çetinkaya'nın (2009) çalışmasında üst düzey yöneticilerin kendi algılarına dayanarak insan ilişkileri ve liderlik becerilerinin ön planda olduğu ortaya çıkmıştır.

Kurum tipi özelinde bakıldığında üst düzey yöneticilerin teknik becerilerini kullandığını en yüksek oranla (%75) onaylayan aile sağlığı merkezleri çalışanları ve tersine en düşük oranla (%50) onaylayan toplum sağlığı merkezleri çalışanlarıdır. Üst düzey yöneticilerin beşerî becerilerini kullandığını en fazla bildiren (%86) kurum tipi 112 istasyonu çalışanları ve en düşük bildiren (%50) aile sağlığı merkezleriyle birlikte toplum sağlığı merkezleri çalışanlarıdır. Son olarak üst düzey yöneticilerin kavramsal becerilerini kullanıp kullanmadığı konusunda en yüksek katılım (%58) sağlayan toplum sağlığı merkezlerinde çalışanlar ve en düşük katılımı (%25) sağlayan aile sağlığı merkezlerinde çalışanlar olmuştur. Özetlemek gerekirse üst düzey yöneticilerin teknik beceri kullanım oranı en yüksek aile sağlığı merkezlerinde, beşerî beceri kullanımı en yüksek 112 istasyonlarında ve kavramsal beceri kullanımı en yüksek toplum sağlığı merkezlerinde olduğu elde edilmiştir. Etiyopya'nın başkentindeki kamuya bağlı sağlık örgütlerinde görev yapan yöneticiler ile yürütülen bir araştırmada, hastaneden küçük olan sağlık merkezlerinde görev yapan 571 yöneticinin çoğunluğunda liderlik becerilerinin düşük olduğu bulgusu (Teame, Debie ve Tullu, 2022) bu çalışmanın bulguları ile benzeşmektedir.

Birimler bazında ele alındığında üst düzey yöneticilerin teknik beceri kullanımını idari-mali birimde çalışanların %56'sı, tıbbi birimde çalışanların %55'i ve her iki birimde görevli olanların %50'si olumlu değerlendirmiştir. Üst düzey yöneticilerle ilgili idari-mali birimde çalışanların %59'u, tıbbi birimde çalışanların %59'u ve her iki birimde görevli olanların %57'si beşerî becerileri kullandığını belirtmiştir. Kavramsal becerilerin üst düzey yöneticiler tarafından kullanım oranları ise idari-mali birimde çalışanlar açısından %52, tıbbi birimde çalışanlar açısından %43 ve her iki birimde görevli çalışanlar açısından %50'dir. Bu bulgular içinde tıbbi birim çalışanlarının üst düzey yöneticilerin teknik ve kavramsal becerilerini daha düşük değerlendirdiği dikkat çekmektedir. Bu da uzmanlık gerektiren tıbbi alanlarda yöneticilerin bilgilerinin eksik olduğu, aynı zamanda üst düzey yöneticilerde örgütün genelini değerlendirme ve stratejik kararlar almak için gerekli olan kavramsal becerilerinin yetersiz olduğu şeklinde değerlendirilebilir. Birçok çalışmada tıbbi eğitim kökenli olan üst düzey sağlık yöneticilerinin yönetsel becerileri geliştirecek idari eğitimlerden mahrum oldukları yönündeki bulgularla, bu çalışmadaki bulguların da aynı yönde yorumlanabileceği düşünülmektedir. Bu çalışmalardan birinde

yönetim konusunda eğitim almış olan sağlık kurumu yöneticilerinin eğitim almayıp klinik tecrübesi daha fazla olan yöneticilere göre yönetsel becerileri kullanma açısından daha yetkin oldukları ve yönetim açısından daha başarılı hareket edebildikleri bulgusu elde edilmiştir (Pillay, 2008).

Tablo 2. Astarın Üst Düzey Yöneticilerin Yönetsel Becerilerine Yönelik Değerlendirmeleri

Kurum tipi	Birim tipi	N	Üst düzey yöneticilerin yönetsel becerileri					
			Teknik		Beşerî		Kavramsal	
			n	%	n	%	n	%
112 istasyonu	İdari-Mali	2	1	50	1	50	2	100
	Tıbbi	5	4	80	5	100	2	40
	Toplam	7	5	71	6	86	4	57
Aile sağlık merkezi	İdari-Mali	1	1	100	1	100	1	100
	Tıbbi	3	2	66	1	33	0	0
	Toplam	4	3	75	2	50	1	25
Hastane	İdari-Mali	41	23	56	23	56	21	51
	Tıbbi	102	55	54	60	59	43	42
	Her iki birimde	13	7	100	8	61	6	46
	Toplam	156	85	54	91	58	70	45
Sağlık müdürlüğü	İdari-Mali	49	27	55	30	61	25	51
	Tıbbi	6	5	83	3	50	3	50
	Her iki birimde	1	0	0	0	0	1	100
	Toplam	56	32	57	33	59	29	52
Toplum sağlığı merkezi	İdari-Mali	2	2	100	1	50	1	50
	Tıbbi	10	4	40	5	50	6	60
	Toplam	12	6	50	6	50	7	58
Toplam		235	131	56	138	59	111	47

Araştırmanın diğer bir bulgusu birim/bölüm yöneticilerinin yönetsel becerileriyle ilgilidir. Buna göre katılımcıların %62'si birim yöneticilerinin teknik becerileri, %62.5'u beşerî becerileri ve %46'sı kavramsal becerileri kullandığını onaylamıştır (Tablo 3). Bu bulgu önceki çalışmaların bulgularını destekler niteliktedir. Bu durum Katz'ın (1974) yönetsel becerileri yönetim kademeleriyle eşleştirmesine uymaktadır. Alt yönetim kademelerindeki yöneticilerin en fazla teknik beceriye ve orta kademedeki yöneticilerin en fazla beşerî beceriye ihtiyacı olduğunu belirtmektedir. Çetinkaya'nın (2009) yöneticilerin kendi algılarına dayanarak ölçüm yapılan araştırmasında alt düzey yöneticilerin insani ilişkilere yönelik (empati kurma, alçak gönüllü olma gibi) ve orta düzey yöneticilerin kavramsal (stratejik ve kavramsal düşünme, organize etme gibi) becerilerde daha yetkin olduklarına dair bu çalışmanın bulgularından farklı bulgular elde edilmiştir.

Ayrıca çalışılan kurum tipi açısından birim yöneticilerinin teknik becerisini kullandığını ifade eden en fazla çalışanın (%75) aile sağlık merkezi ile toplum sağlığı merkezlerinde ve en az çalışanın (%59) hastanelerde olduğu tespit edilmiştir. Beşerî becerinin kullanılmasına ilişkin 112 istasyon çalışanları en yüksek oyu (%86) verirken aile sağlık merkezi çalışanları bu konuda düşük oy (%25) kullanmıştır. Kavramsal becerinin yöneticileri tarafından kullanıldığını en fazla bildirenler 112 istasyonu çalışanları (%71) ve en az bildirenler toplum sağlığı merkezi çalışanları (%41) olmuştur. Dolayısıyla birim/bölüm yöneticilerinin teknik beceri kullanımına en fazla aile sağlık merkezlerinde, beşerî ve kavramsal beceri kullanımına en fazla 112 istasyonlarında rastlanmıştır. Aile Hekimliği Uygulama Yönetmeliği'ne (2013) göre aile sağlık merkezlerinde yöneticiler aile hekimleridir ve dördüncü maddenin birinci ve ikinci fıkrasında belirtildiği üzere “aile hekimi, aile sağlığı merkezini yönetmek, birlikte çalıştığı ekibi denetlemek ve hizmet içi eğitimlerini sağlamak, ... ile yükümlüdür” ve “aile hekimi, kendisine kayıtlı kişileri bir bütün olarak ele alıp kişiye yönelik koruyucu, tedavi ve rehabilite edici sağlık hizmetlerini bir ekip anlayışı içinde sunar”. Bu ifadelerden de anlaşılabacağı gibi daha çok rutin faaliyetlerden sorumlu olan ve ağırlıkta teknik beceri gerektiren bir görev tanımı bulunan aile hekimlerinin teknik becerileri astları tarafından da onay görmüş olarak kabul edilebilir. 112 istasyonu olarak bahsedilen sağlık kurumu tipi Acil Sağlık Hizmetleri Yönetmeliği'ne (2000) bağlı olarak “(madde 10) acil sağlık hizmeti sunmak ve tıbbi müdahalede bulunmak amacıyla, ..., kurulan birimler” şeklinde tanımlanmaktadır. Acil sağlık hizmetleri, “(madde 6) illerde şube müdürlüğü tarafından denetlenir ve koordine edilir, il ambulans servisinin sevk ve idaresi başhekimlik tarafından yürütülür” ve “(madde 10) istasyonlarda acil sağlık hizmetleri konusunda eğitim görmüş sağlık ekibi ile tıbbi donanımlı ambulanslar görev yapar”. Buradan da anlaşılabacağı gibi insan kaynağı ile fiziksel kaynakları acil durumlarda hızlı bir şekilde uyumlaştırarak göreve sevk etmek esasına dayanan bir düzeni olan 112 istasyonlarında hem insan ilişkilerinin yoğun kullanılması (beşerî becerileri) hem de yönetim fonksiyonlarının başarılı bir şekilde uygulanması (kavramsal beceriler) gerekeceği düşünülmektedir.

Birim yöneticilerinin yönetsel becerileri birim düzeyinde ele alındığında çalışanlar idari-mali birim yöneticilerinin teknik beceri kullanımını %63, beşerî beceri kullanımını %67 ve kavramsal beceri kullanımını %49 olarak; tıbbi birim yöneticilerinin teknik beceri kullanımını %61, beşerî beceri kullanımını %59 ve kavramsal beceri kullanımını %43 olarak belirlemiştir. Her iki birim tipinde görevli çalışanlar ise yöneticilerin teknik beceri kullanımını %64, beşerî beceri kullanımını %57 ve kavramsal beceri kullanımını %50 olarak puanlamıştır. Birimlerin kendi yöneticilerini değerlendirmesi önem arz etmekte ve üst yöneticilerin değerlendirmesinde olduğu gibi tıbbi birimlerde yöneticilerin becerilerini başarılı

değerlendirme oranları idari birimlere göre daha düşük seyretmektedir. Birçok araştırmaya (örneğin Pillay, 2008) konu olduğu üzere tıbbi birimlerde (poliklinikler, yataklı servisler, vb.) yönetici olarak görev yapan hekimlerin yönetsel becerilerini geliştirmek üzere yönetim eğitimi almadığı tespit edilmiş ve bu araştırmada da becerilerin düşük değerlendirilmesi buna bağlanmıştır.

Tablo 3. Astların Birim Yöneticilerinin Yönetsel Becerilerine Yönelik Nicel Değerlendirmeleri

Kurum tipi	Birim tipi	N	Birim yöneticisinin yönetsel becerileri					
			<i>Teknik</i>		<i>Beşerî</i>		<i>Kavramsal</i>	
			n	%	n	%	n	%
112 istasyonu	İdari-Mali	2	2	100	2	100	2	100
	Tıbbi	5	3	60	4	80	3	60
	Toplam	7	5	71	6	86	5	71
Aile sağlık merkezi	İdari-Mali	1	1	100	0	0	0	0
	Tıbbi	3	2	66	1	33	2	66
	Toplam	4	3	75	1	25	2	50
Hastane	İdari-Mali	41	22	53	28	68	21	51
	Tıbbi	102	61	60	61	60	45	44
	Her ikisi	13	9	69	7	54	7	54
	Toplam	156	92	59	96	61	73	47
Sağlık müdürlüğü	İdari-Mali	49	33	67	33	67	23	47
	Tıbbi	6	4	66	3	50	1	16
	Her ikisi	1	0	0	1	100	0	0
	Toplam	56	37	66	37	66	24	43
Toplum sağlığı merkezi	İdari-Mali	2	2	100	1	50	1	50
	Tıbbi	10	7	70	6	60	4	40
	Toplam	12	9	75	7	58	5	41
Toplam		235	146	62	147	62.5	109	46

Araştırmada kullanılan diğer soru tipi yönetsel becerileri derecelendirmeye dayalı ölçüm sağlamaktadır. Her beceri üç ifade ve beşli metrik sistemde ölçülmüştür. Katılımcıların yönetim kademelerinin geneli için yönetsel becerileri değerlendirmeleri istenmiş ve her ifadenin puan ortalamalarının karşılığında metrik sistemde denk gelen sözel değerlendirmesi yapılmıştır (Tablo 4). Değerlendirmelere bakıldığında yöneticileri değerlendiren astların becerilerin altındaki ifadelerden sadece beşerî beceriyi ölçen “yöneticilerin iletişim kanalları daima açıktır” ifadesine katıldıkları ve diğer hususlardan emin olmadıkları yani net olarak katılmadıkları görülmektedir. Buradan hareketle sağlık örgütleri yöneticilerinin yönetsel becerilerini kullanma konusunda potansiyellerini tam olarak ortaya koymadıkları söylenebilir. Elde edilen bulgular önceki çalışmalarla büyük oranda benzerlik göstermektedir. Teame vd.’nin (2022) Etiyopya’daki kamu sağlık kurumlarında

yöneticilerin yönetsel becerilerinin beşli derecelendirme ölçeği ile değerlendirildiği araştırmasında kavramsal beceriler altındaki yöneticilerin kurumsal problemleri çözüme ve geleceği öngörme becerilerinin katılımcıların yaklaşık %70’inde üç puan ve üzerinde seyrettiği elde edilmiş ve yüksek etkililik gösterdiği şeklinde yorumlanmıştır. Ancak ortalama puanın 2.56 olması bu çalışmadaki 0.80’lik puan aralığında ele alındığında “katılmıyorum” aralığına denk gelmektedir. Aynı çalışmada kişilerarası ilişkiler kurma konusunda dışa dönük ve arkadaş canlısı olma becerilerinin yöneticilerin %56’sında üç ve üzeri puan alarak yüksek etkililiğe sahip olduğu değerlendirilmiştir. Yapılmış olmasına rağmen ortalama puanın 2.83 olması bu çalışmadaki referans değerlere göre “ne katılıyorum ne katılmıyorum” aralığına denk düşmektedir. Son olarak teknik beceriler grubundaki işlerin yapılışıyla ilgili kılavuz ve prosedürlerin geliştirilmesi konusunda sistematik bir yaklaşım gösterme (rehberlik etme) becerilerinin katılımcıların %64’ünde üç ve üzerinde skor göstermesi yüksek etkililik olarak yorumlanmış ancak ortalama puanın 2.89 olarak elde edilmesi bu çalışmadaki puan değerlendirmesi açısından “ne katılıyorum ne katılmıyorum” aralığında yer almaktadır. Bu durumda bu özelliklerin de bu çalışmada olduğu gibi yeterli desteği görmediğini söylemek mümkün görünmektedir.

Tablo 4. Astların Yöneticilerinin Yönetsel Becerilerine Yönelik Genel Değerlendirmeleri

Beceri	Değişken/Soru	Ort.	Ss	Puan değerlendirilmesi
Teknik beceri	Yöneticiler sağlık yönetimi alanında yeterli bilgi ve donanımına sahiptir	3.11	1.30	Ne katılıyorum ne katılmıyorum
	Yöneticilerin görev alanındaki eğitimi yeterlidir	2.88	1.30	Ne katılıyorum ne katılmıyorum
	Yöneticiler işlerin yapılışıyla ilgili rehberlik etmektedir	3.14	1.29	Ne katılıyorum ne katılmıyorum
Beşerî beceri	Yöneticiler personel motivasyonuna önem verirler	3.02	1.34	Ne katılıyorum ne katılmıyorum
	Yöneticilerin iletişim kanalları daima açıktır	3.42	1.24	Katılıyorum
	Yöneticiler empati kurma yeteneğine sahiptir	2.99	1.30	Ne katılıyorum ne katılmıyorum
Kavramsal Beceri	Yöneticiler, yönetim işlevlerine dair sorumluluklarının farkında olarak görev yaparlar	3.24	1.27	Ne katılıyorum ne katılmıyorum
	Yöneticilerin kurumsal problemleri etkili çözüme becerisi yeterlidir	3.09	1.29	Ne katılıyorum ne katılmıyorum
	Yöneticiler değişim yönetimini öngörülü bir şekilde uygulamaktadır	2.90	1.29	Ne katılıyorum ne katılmıyorum

Yönetsel becerilerle ilgili farklı soru tiplerindeki ölçümlerle Tablo 2 ve 3 ile Tablo 4’te ayrı ayrı ortaya konan bulguların anlamlılığını kontrol etmek üzere yönetsel becerilerin tanımlamaya dayalı değerlendirmeleri ile puanlamaya dayalı değerlendirmeleri arasında korelasyon analizi yapılmıştır (Tablo 5). Tabloda her bir becerinin unsurları ile üst düzey ve birim yöneticilerinin o beceri açısından değerlendirmeleri arasındaki Pearson korelasyon katsayısı yer almaktadır.

Öncelikle genel olarak pozitif yönde anlamlı ilişkiler elde edildiği görülmektedir. Ancak korelasyon katsayılarının becerilerin tekrarlanma oranlarıyla doğru orantılı olmadığı dikkat çekmektedir. Örneğin teknik beceri birim yöneticilerinde daha yüksek oranda (%62, 0.089) tekrarlanmış iken korelasyon katsayısı üst düzey yöneticilerde (%56, 0.197) daha yüksektir. Bununla birlikte, teknik beceri unsurlarının korelasyon katsayıları üst düzey yöneticilerde ve kavramsal beceri unsurlarının korelasyon katsayıları birim yöneticilerinde daha yüksek elde edildiği tespit edilmiştir. Ayrıntılarda ise teknik beceri altındaki “yöneticilerin görev alanındaki eğitimi yeterlidir” unsurunun birim yöneticileri açısından, kavramsal beceri altındaki “yöneticilerin kurumsal problemleri etkili çözüme becerisi yeterlidir” unsurunun üst düzey yöneticiler açısından ve “yöneticiler değişim yönetimini öngörülü bir şekilde uygulamaktadır” unsurunun birim yöneticileri açısından korelasyon göstermediği saptanmıştır. Bu bulguların, daha önce yapılan karşılaştırmalı/ilişkisel çalışmalarda elde edilen bulgularla benzerlik gösterdiği görülmüştür. Supic, Bjegovic, Marinkovic, Milicevic ve Vasic’in (2010) çalışmasında 20 hastaneden 107 üst düzey yöneticiye yönetsel beceriler konusunda eğitim verilmiştir. Eğitimden önce ve sonra katılımcıların kendilerini değerlendirmeleri istenmiştir. Çalışma sonucunda yöneticilerin 17 beceri arasından en fazla gelişim gösteren becerilerinin “diğerlerinin işlerini denetleme, motive ve rehberlik etme, grup halinde müzakere etme, durum analizi yapma ve günlük işleri organize etme” becerileri olduğu görülmüştür. Stratejik planlama, planlama ve organizasyon ve planlara dayalı olarak gelişimi izleme gibi kavramsal becerilerde gelişimin düşük seyrettiği bulunmuştur.

Tablo 5. Yönetisel Becerilerin Ölçülmesinde Kullanılan Soru Tipleri Arasındaki Korelasyon Göstergeleri

Beceri	Değişken/Soru	Yönetici tipi	N (235) içinde	Korelasyon katsayısı (r)	Anamlılık Düzeyi (p)
Teknik beceri	Yöneticiler sağlık yönetimi alanında yeterli bilgi ve donanımına sahiptir	Üst düzey yönetici	131 (%56)	0.197**	0.002
		Birim yöneticisi	146 (%62)	0.089	0.173
	Yöneticilerin görev alanındaki eğitimi yeterlidir	Üst düzey yönetici	131	0.241**	0.000
		Birim yöneticisi	146	0.131*	0.045
	Yöneticiler işlerin yapılışıyla ilgili rehberlik etmektedir	Üst düzey yönetici	131	0.220**	0.001
		Birim yöneticisi	146	0.163*	0.012
Beşerî beceri	Yöneticiler personel motivasyonuna önem verirler	Üst düzey yönetici	138 (%59)	0.275**	0.000
		Birim yöneticisi	147 (%62.5)	0.253**	0.000
	Yöneticilerin iletişim kanalları daima açıktır	Üst düzey yönetici	138	0.195**	0.003
		Birim yöneticisi	147	0.200**	0.002
	Yöneticiler empati kurma yeteneğine sahiptir	Üst düzey yönetici	138	0.291*	0.000
		Birim yöneticisi	147	0.221**	0.001
Kavramsal beceri	Yöneticiler, yönetim işlevlerine dair sorumluluklarının farkında olarak görev yaparlar	Üst düzey yönetici	111 (%47)	0.138*	0.035
		Birim yöneticisi	109 (%46)	0.148*	0.024
	Yöneticilerin kurumsal problemleri etkili çözme becerisi yeterlidir	Üst düzey yönetici	111	0.057	0.383
		Birim yöneticisi	109	0.138*	0.034
	Yöneticiler değişim yönetimini öngörülü bir şekilde uygulamaktadır	Üst düzey yönetici	111	0.168**	0.010
		Birim yöneticisi	109	0.121	0.064

Not. **Korelasyon 0.01 düzeyinde anlamlıdır. * Korelasyon 0.05 düzeyinde anlamlıdır.

SONUÇLAR

Sağlık örgütleri işlerin acil ve hataya müsait olmayan yapısı itibarıyla diğer birçok hizmet örgütünden farklılaşmaktadır. Bununla birlikte idari ve tıbbi farklı birçok birimin ve ayrı uzmanlık dallarının bulunduğu örgüt yapısına sahip olan sağlık örgütlerinin yönetimi oldukça zor hale gelmektedir. Bu zorluğu aşmada ise kilit rol yöneticilere düşmektedir. Literatürde yer alan çalışmalarda başarılı yöneticilik üzerine birçok değerlendirme yapılmıştır. Bunlardan bir kısmı başarıyı, yönetsel becerilerin başarılı bir şekilde kullanımına dayandırmaktadır. Bu çalışmada sağlık örgütleri yöneticilerinin yönetsel becerileri kullanımı ile ilgili anket yoluyla astları tarafından değerlendirilmesi talep edilmiştir. Araştırmada iki ayrı soru tipi ile yönetsel beceriler ölçülmeye çalışılmıştır. Önce üç beceri literatüre dayalı tanımı ile beraber sıralanmış ve kurumun üst yöneticisi için ayrı, birim yöneticisi için ayrı olarak bu üç beceriden hangilerini taşıdığı sorulmuştur. Diğer soruda ise beşli derecelendirme ölçeğine dayalı olarak her beceri için verilen üç ifadenin yanıtlanması istenmiştir. Son olarak bu sorular arasındaki korelasyona bakılmıştır. Toplam 11 maddelik anket ile 235 katılımcıdan veri toplanmıştır.

Hastane çalışanlarından %56'sı üst düzey yöneticilerin teknik becerileri, %59'u beşerî becerileri ve %47'si kavramsal becerileri; %62'si birim/bölüm yöneticilerinin teknik becerileri, yaklaşık %63'ü beşerî becerileri ve %46'sı ise kavramsal becerileri kullandığını ifade etmiştir. Bu noktada literatürde belirtildiği üzere teknik becerilerin alt düzey yöneticilerde ve kavramsal becerilerin üst düzey yöneticilerde daha yüksek kullanılması gerektiği bulgusu desteklenmiştir. Beşerî becerilerin orta düzey yöneticilerde başta olmak üzere tüm düzeylerde yüksek olması beklenmekte iken bu çalışmada orta ve alt grubun birlikte kabul edildiği birim/bölüm yöneticilerinde daha yüksek olduğu keşfedilmiştir. Bununla birlikte üst düzey yöneticilerin teknik beceri kullanım oranının aile sağlığı merkezlerinde, beşerî beceri kullanımının 112 istasyonlarında ve kavramsal beceri kullanımının toplum sağlığı merkezlerinde en yüksek olduğu; birim/bölüm yöneticilerinin teknik beceri kullanımına en fazla aile sağlığı merkezlerinde, beşerî ve kavramsal beceri kullanımına en fazla 112 istasyonlarında rastlandığı saptanmıştır. Birimler bazında ise üst düzey ve birim/bölüm yöneticilerinin hem teknik hem beşerî hem de kavramsal becerilerinin değerlendirilmesinde tıbbi birim çalışanları daha düşük oy vermiştir. Bu durum ise tıbbi kökenli yöneticilerin yönetim ve idari konularda eğitim almaması ve yönetsel becerilerinde gelişme sağlanamamış olması şeklinde yorumlanmıştır.

Katılımcıların yönetim kademelerinin geneli için yönetsel becerileri derecelendirme ölçeği ile değerlendirmeleri istenmiş ve her ifadenin puan

ortalamalarının karşılığında metrik sistemde denk gelen sözel değerlendirmesi ele alınmıştır. Bu ifadelerden sadece beşerî beceriyi ölçen “yöneticilerin iletişim kanalları daima açıktır” ifadesine katıldıkları ancak diğer ifadelerle ilgili arada kalıp olumlu değerlendirme yapmadıkları dikkat çekmiştir. Bu durum ise Türk toplumunun kültürel özelliklerinden *bir kimseyle ilgili olumsuz özellikleri ortaya koymaktan çekinmeye* bağlanmıştır. Aynı zamanda, her ne kadar araştırmanın etik tarafından bahsedilmiş olsa da yaptıkları olumsuz değerlendirmelerin üstleri tarafından ulaşılabilir olması endişesini taşıyor olabilecekleri düşünülmektedir.

Son olarak iki ayrı değerlendirme tipinin arasındaki korelasyonlara bakılmış ve pozitif yönde anlamlı ilişkiler elde edildiği görülmüştür. Bununla birlikte, korelasyon katsayılarının becerilerin tekrarlanma oranlarıyla doğru orantılı olmadığı, teknik beceri unsurlarının korelasyon katsayılarının üst düzey yöneticilerde ve kavramsal beceri unsurlarının korelasyon katsayılarının birim yöneticilerinde daha yüksek elde edildiği tespit edilmiştir. Bu durum ise kavramsal beceri gelişiminin zaman içinde olabileceği ve temelinde idari bilimlerde eğitim alınmasının bu gelişimi hızlandırabileceği düşüncesine bağlanmaktadır.

Sağlık örgütleri gibi karma yapıda ve iş akışının hızlı olduğu ortamlarda yöneticilerin yönetsel becerilerinin önem arz ettiği birçok çalışmada ortaya konulmuştur. Bu doğrultuda, her şeyden önce tıp eğitimi geçmişi olan ve tıp mesleğini icra eden uzmanlar arasından seçilen sağlık kurumları yöneticilerinin yönetim ve idari bilimler alanında eğitim almalarının yönetsel becerilerin gelişimini destekleyeceği düşünülmektedir. Ayrıca yönetsel becerilerin gelişimi için birçok çalışmada da önerildiği üzere sistematik eğitimle birlikte, rotasyon ve stajyerlik gibi pratik kazanımların yüksek katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bununla birlikte yöneticilerde yönetsel becerilerin kullanımıyla ilgili daha geniş bilgi edinmek üzere Türkiye’nin genelinden toplanacak kalabalık bir veri setini analiz etmek uygun olacaktır. Gelecek çalışmalarda ayrıca nicel ve nitel araştırmanın birlikte kullanıldığı karma yöntemlerin tercih edilmesi daha gerçekçi sonuçlara ulaşmayı beraberinde getirebileceğine inanılmaktadır.

REFERANSLAR

- Acil Sağlık Hizmetleri Yönetmeliği (2000, 11 Mayıs). *Resmî Gazete* (Sayı: 24046). Erişim adresi: <https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuat?MevzuatNo=4798&MevzuatTur=7&MevzuatTertip=5>
- Aile Hekimliği Uygulama Yönetmeliği (2013, 25 Ocak). *Resmî Gazete* (Sayı: 28539). Erişim adresi: <https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuat?MevzuatNo=17051&MevzuatTur=7&MevzuatTertip=5>
- Akın, H. (2015). *Türkiye’de sağlık sistemi ve kamu hastaneleri birliği sisteminde yaşanan yönetsel sorunlar (Konya örneği)*. Yüksek lisans tezi, Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Baykul, Y. (1989). *Test Geliştirme Ders Notları*. Ankara: Hacettepe Üniversitesi, Çoğaltma.
- Boone, L. E. ve Kurtz, D. L. (2013) *Çağdaş işletme*, (A. Yalçın, Çev.) (14. Basım). Nobel Yayıncılık: Ankara.
- Çetin, F. (2015). *Hemşirelik hizmetlerinde yönetsel ve organizasyonel sorunlar (Pamukkale üniversitesi sağlık araştırma ve uygulama merkezi örneği)*. Yüksek lisans tezi, Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Çetinkaya, M. (2009). Yöneticilerin yönetsel yetkinlik algılamalarına ilişkin bir araştırma. *Afyon Kocatepe Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi*, 11(2), 219-239.
- Eren, B. (2015). *Çoktan seçmeli ve karma test uygulamalarına ilişkin öğrenci başarıları ile öğrenci ve öğretmen görüşlerinin karşılaştırılması*. Yüksek lisans tezi, Ankara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Genç, N. (2007). *Yönetim ve organizasyon çağdaş sistemler ve yaklaşımlar*, (3. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Gentry, W. A., Harris, L. S., Baker, B. A. and Brittain Leslie, J. (2008). Managerial skills: What has changed since the late 1980s. *Leadership & Organization Development Journal*, 29(2), 167-181. <https://doi.org/10.1108/01437730810852506>
- Göksoy, S. (2014). Okul yönetiminde karara katılım. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 14(2), 253-268.
- Göktaş, S. (2018). *Sağlık hizmetlerinin pazarlanmasında fiziksel ortam ve bir uygulama*. Yüksek lisans tezi, Marmara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Karaca, E. (2004). Seçme gerektiren, kısa cevaplı ve doğru - yanlış testlerinin madde ve test özelliklerinin karşılaştırılması. *Dumlupınar Üniversitesi*

- Sosyal Bilimler Dergisi*, 10, 161-174. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/dpusbe/issue/4752/65288>
- Katz, R. L. (1974). Skills of an effective administrator. *Harvard Business Review*, 52(5) (September/Occtober), 90–102.
- Kraut, A. I., Pedigo, P. R., McKenna, D. D. ve Dunnette, M. D. (1989). The role of the manager: What's really important in different management jobs. *Academy of Management Executive*, 3, 286-293.
- Kumpusalo, E., Virjo, I., Mattila, K., ve Halila, H. (2003). Managerial skills of principal physicians assessed by their colleagues: A lesson from Finlandia. *Journal of Health Organization Management*, 17(6), 457–462.
- Leggat S. G. (2007) Effective healthcare teams require effective team members: defining teamwork competencies. *BMC Health Services Research*, 7(1): 17.
- Mumford, M. D., Zaccaro, S. J., Harding, F. D., Jacobs, T. O. ve Fleishman, E. A. (2000). Leadership skills for a changing world: Solving complex social problems. *Leadership Quarterly*, 11(1), 23.
- Parand, A., Dopson, S., Renz, A., ve Vincent, C. (2014). The role of hospital managers in quality and patient safety: A systematic review. *BMJ open*, 4(9), 1-15. 005055. doi: 10.1136/bmjopen-2014-005055.
- Pillay, R. (2008). Managerial competencies of hospital managers in South Africa: A survey of managers in the public and private sectors. *Human Resources for Health*, 6(4) 1–7.
- Stryker, P. (1954). The growing pains of executive development. *Advanced Management*, August, p. 15.
- Supic ZT, Bjegovic V, Marinkovic J, Milicevic MS, ve Vasic V. (2010). Hospital management training and improvement in managerial skills: Serbian experience. *Health Policy*, 96(1), 80-9. doi: 10.1016/j.healthpol.2010.01.002.sx
- Yıldız, Y. (2008). *Yataklı sağlık kuruluşlarında yönetsel sorunların incelenmesi Edirne ilinde örnek bir uygulama*. Yüksek lisans tezi, Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Edirne.
- Yüksel, S., Işık, O., Uğurluoğlu, Ö. ve Kahraman, G. (2016). Hastane yöneticilerinin yönetsel beceri düzeylerinin incelenmesi. *Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi*, 19(3), 241-254. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/hacettepesid/issue/24440/259068>

85. Bölüm

Bu Bebeklerin Kimlikleri Var

Gülay TEMİZ ¹

Sahavet NAK ²

1 Dr. Öğr. Üyesi, Selçuk Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi /
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8428-8966> /e-posta: gtemiz@selcuk.edu.tr

2 Okul Öncesi Öğretmeni, Konya Karatay İlçe Milli Eğitim Müdürlüğü/
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8138-9326> / e-posta: sahavetnak@gmail.com

ÖZET

GİRİŞ

Erken çocukluk dönemi, çocuğun çevresini araştırarak tanımak istediği, çevresi ile iletişim kurmaya istekli olduğu, yaşadığı toplumun değer yargılarını ve o toplumun kültürel yapısına uygun davranış alışkanlıkları kazanmaya başladığı 0-6 yaş dönemini kapsayan kritik bir dönemdir. Yaşam boyu sürecek etkilere sahip bu dönem çocuğun fiziksel, ruhsal ve sosyal açıdan sağlıklı olması ve büyümesinin yanında duygusal, zihinsel, fiziksel gelişimi açısından zengin öğrenme ortamları aracılığı ile çocukların ileriki yaşamlarında büyük bir önem taşır (Turaşlı vd., 2012; Şensoy, 2013; UNICEF, 2017).

Kimlikli Bebekler Yaklaşımı, okul öncesi eğitim dönemini kapsayan erken çocukluk döneminde çocukların değişik özelliklerle karşılaşması ve bu farklılıklara saygı eğitimi içeriğinde yer alarak, peşin hükümlerle yani ön yargılarla ve ayrıca ayırtıcılarla uğraşmasını, mücadele etmesini sağlayan, son derece kuvvetli ve etkili, içerisinde sosyal beceri, duygusal farkındalık, empati, öz farkındalık, kendini güdüleme ve düzenleme gibi boyutları bulunduran duygusal okuryazarlığı destekleyecek uygulamalardan biridir. Çocukların özellikle duygularını ifade edebilmeleri, diğer insanların duygularını anlamalarını, değişik kimlik, kişilik, özellik, cinsiyet, renk, dil, ırk ve engelle sahip insanlara saygı göstermelerini; ayrıca eşitlik ve adalet gibi hususlarda daha duyarlı ve anlayışlı olmalarını sağlayan bir yaklaşımdır (Şensoy, 2013; Şevik, 2020).

Yılmaz (2021), Suriyeli mülteci çocukların bulunduğu okul öncesi eğitim ortamında sosyal değerler kazanımının önemini araştırmak için haftada beş gün olacak şekilde altı hafta süresince uyguladığı çalışmada Kimlikli Bebek Yaklaşımı ile Desteklenen Değerler Eğitimi Programının çocukların sosyal değer kazanımları üzerinde olumlu yönde etkiye sahip olduğu ve bu etkinin kalıcı olduğunu ortaya koymuştur.

Al-Jubeh ve Vitsou (2021), mülteci ve/veya göçmen kökenli Arapça konuşan çocuklara Kimlikli Bebekler Yaklaşımı'nın bu hedef grubunun tutumları ve öğrenmeleri açısından etkileyip etkilemediğini ve nasıl etkileyeceğini incelediği çalışmalarında Kimlikli Bebeğin olumlu tutumlar oluşturduğu, dil eğitimine katkıda bulunduğu ve iki kültürlü kimliği güçlendirdiği görülmüştür.

Küçük çocukların farklılıklarla tanışmalarında ve onlarla yaşamlarını zenginleştirmelerine yardımcı olabilecek bir uygulama olan Kimlikli Bebekler Yaklaşımının (Persona Dolls Approach) bulucusu Kaliforniya'da okul öncesi öğretmenliği yapan Kay Taus'tur. 1980'li yıllarda farklı kültürlerden ve etnik gruplardan gelen çocuklardan oluşan sınıfta çok fazla materyal ve kaynağı olmayan Kay Taus, baskın "beyaz Amerikan" kültürü dışındaki kültürleri

yansıtan Erken Çocukluk Eğitimi kaynaklarının yokluğundan sıkılınca sınıfındaki farklılıkları çocuklara tanıtmak, onları bu farklılıklarla zenginleştirmek ve saygı duymalarını sağlamak amacıyla değişik cilt tonlarına sahip kağıt bebekler geliştirmiş, onlara "kimlikler" veya "kişilikler" vermiş ve yaşamları hakkında hayal gücünü yakalamayı ve önyargı karşıtı değerleri iletmeyi amaçlayan hikayeler geliştirmiştir. Bu bebekler, fiziksel özellikleri bakımından birbirlerinden son derece farklı olup, sınıftaki değişik kültürlerden gelen çocukları temsil edecek şekilde hazırlanmıştır. Taus ardından karton yerine bebekleri bezden yapmış, bu bebeklere kıyafetler dikmiş; daha sonra da onlara farklılıkları ile ilgili öyküler yazarak çocuklarla bu öyküleri paylaşmıştır. Bu bebekler ev yapımı olabilir veya bir katalogdan satın alınabilir. 10 inç kadar küçük veya gerçek boyutlu kadar büyük olabilirler. Kumaştan veya plastikten yapılabilirler ve el yapımı giysiler veya eski çocuk kıyafetleri gibi görünen ikinci el bebek kıyafetleri giyebilirler. Kimlikli bebekler, çocukların kendi yaşantılarında neler olduğu ile ilgili öyküler paylaşan ve onları ziyarete gelen minik arkadaşlarıdır. Bu hikayeler çocuklara çözülmesi zor ve yaşanılması sorunlar sunmaktadır. Bebekler çocuklara kritik ve esnek düşünme becerisi fırsatları sunarken, onları problem çözme, empati ve adalet duygusu geliştirmeleri konusunda teşvik etmektedir (Taus, 1987; Whitney, 1999; Şensoy, 2013; Acar, 2021;).

Buchanan (2007), Kimlikli Bebeklerin kullanımını keşfetmeyi amaçladığı araştırmasında okul öncesi dönemdeki çocukların duygusal okuryazarlığını geliştirmede kimlikli bebeklerin grup terapisinde kullanım potansiyellerini üç farklı aşamada değerlendirerek öğretmenlerin çocuklardan daha fazla duygusal materyali gösterdiklerini ve çocukların duygusal okuryazarlıklarında artış olduğunu ortaya koymuştur.

Teorik Altyapısı ve Felsefi Temelleri

Erken öğrenme ve kimlik gelişimi teorilerinin çoğu, Piaget'nin daha sonra resmi hale getirilen ve Gelişimsel Olarak Uygun Uygulama (DAP) çerçevesine veya erken öğrenme yaklaşımına dahil edilen teorilerine (1977) dayanmaktadır (Bredenkamp, 1992).

DAP, Vygotsky (1978) ve Katz'ın (1982) çocukların öğrenme modelleri hakkındaki teorileriyle bütünsel olarak bağlantılıdır, ancak aynı zamanda Piaget'den de güçlü bir şekilde yararlanır. Piaget, çocukların yalnızca bilişsel gelişim düzeyleri onu özümsemeye hazır olduğunda dış bilgilerden yararlanabileceğini savunur. Piaget; öğrenmeyi, çocuğun aktif olarak anlam inşa ettiği ve verilenlerden öğrendiği ve öğretmenin keşif ve deneyi destekleyen bir rehber olarak hareket ettiği, kendi kendini yöneten bir süreç olarak

tanımlamıştır. Piaget'i eleştirenler, çocukları düşündüğünden çok daha erken öğrendikleri için hafife aldığını ve dil ile düşünceyi ayrı gördüğünü, ancak çocuk yaklaşık 11 yaşındayken bir araya geldiğini iddia etmektedir (Smith, 2009).

Önyargı önleme yaklaşımı başlangıçta kendisini bir DAP yapısalcı öğrenme teorisi çerçevesinde konumlandırmıştır (Derman-Sparks ve diğerleri, 1989), ancak daha sonra Derman-Sparks ve Ramsey (1993) DAP'tan uzaklaşmıştır. Önyargı karşıtı yaklaşımın, öğretmenler ve çocuklar arasındaki etkileşim ve diyalogun önemini vurgulayan post-yapısalcı teorilere daha iyi uyduğunu savunmuştur (Smith, 2009).

Derman-Sparks ve ark. (1989), adaletsiz toplumlarda çocukların ihtiyaçlarını ele almaya çalışmış ve önyargı karşıtı bir yaklaşımı, tüm baskıcı inançlara ve tutumlara, davranışlara ve sosyal ve kurumsal uygulamalara meydan okuyan aktivist bir yaklaşım olarak tanımlamıştır. Kimlikli Bebekler Yaklaşımı'nı diğer önyargı karşıtı yaklaşımlardan ayıran, her biri kendi kimliğine ve yaşam deneyimine sahip Kimlikli Bebekleridir. Kurumsal yapıların cinsiyetçilik, ırkçılık ve diğer önyargıları yarattığı ve sürdürdüğü adaletsiz toplumlarda tarafsız bir gözlemci olmanın yeterli olmadığını savunmuşlardır. Bireylerin, özellikle de öğretmenlerin, baskıyı sürdüren kişisel ve kurumsal davranışlara meydan okumak için aktif olarak müdahale etmesi gerektiğini, kimlikli bebeklerin ise, klişeleştirme, ırkçılık, cinsiyetçilik, ayrımcılıkla ve önyargı ile mücadele etmede güçlü bir araç olarak kullanıldığından aktivist bir araç olduğunu ifade etmişlerdir. Tüm bunların ışığında, Kimlikli Bebekler Yaklaşımı, temelleri farklılıklara saygı eğitime programı düşüncesine dayanmaktadır (Brown, 2001:13; Şevik, 2020).

Smith (2009), önyargı karşıtı uygulamanın bir bileşeni olarak Kimlikli Bebekler Yaklaşımı'nın Güney Afrika'daki eğitimin okul öncesi eğitim aşamasında önyargının gerçekleriyle ilişki kurmak için nasıl kullanıldığını incelediği çalışmasına 420 okul öncesi öğretmeni katılmıştır. Öğretmenlerin tamamı, daha sonra sınıflarında uyguladıkları Kimlikli Bebekler Yaklaşımı eğitimini almışlardır. Öğretmenlerin yaklaşımı nasıl kullandıklarını ve uygulamalarına hangi önyargı karşıtı anlayışların yansıdığını anlamak için öğretmen anketlerini, gözlemleri, görüşmeleri ve eğitim raporlarını içeren nitel bir yaklaşım benimsenen araştırma sonucunda kimlikli bebeklerle yapılan eğitiminin ve sınıf uygulamasının az ya da çok benlik saygısı, empati ve hem öğretmenler hem de çocuklar arasında ayrımcılığa meydan okuma ve ayrımcılığı unutmaya becerisini geliştirdiği görülmüştür.

Vygotsky'nin (1978) teorisinin merkezinde, hem dilin hem de düşüncenin sosyal etkileşimler yoluyla geliştiği yer alır. İnsanlar zamanla etkinliklere

katılmakta, etkileşim yoluyla kültürel ve sosyal bilgi ve böylece insan bilgisini oluşturmaktadır. Vygotsky, çocukların bilgilerini, daha fazla veya farklı bilgiye sahip olan ebeveynleri, akranları veya öğretmenleri gibi diğer kişilerle etkileşime girerek oluşturduklarını ileri sürmüştür. Oyun, çocuk, akranları ve yetişkinler arasındaki sosyal etkileşimi kolaylaştırır ve çocuğun yeni şeyler yaratmasına yardımcı olur. Vygotsky, öğretmenin rolünü yakınsal gelişim alanı içinde deneyimler sağlayan bir arabulucu rolü olarak görmüştür, başka bir deyişle, zorlayıcı ama rehberlikle elde edilebilecek deneyimlerdir (Smith, 2009).

Vygotsky gibi Bruner de bilişsel ve zihinsel başarının çocuklara olanaklar vererek artacağını, hayali olaylardaki düşünmenin yaratıcı ve özgün yollarla gelişeceğine inanmaktadır. Vygotsky'nin fikirlerinin üzerine Bruner, çocukların bir sonraki adımına yardımcı olacak destek ve rehberi tanımlamak amacıyla "yapı iskelesi" (scaffolding) kavramını ortaya atmıştır. Bu kavram açık uçlu sorular sormayı, model olmayı, çocukların değişik yaklaşımları ve tecrübeleri denemelerine teşvik edecek durumları içerir. (Acar, 2021).

Kimlikli Bebekler Yaklaşımı hikaye anlatma oturumları boyunca uygulayıcılar, çocuğun ya da kimlikli bebeğin başlattığı konuşmaların dengesini kurup yönlendirmeler yaparak konuşma ve iletişimin devam etmesini sağlarlar. Uygulayıcılar konuşmaların bebek ile çocuk arasında ya da çocukların kendi aralarında devam etmesini sağlayarak dili kullanmalarını teşvik ederler. Bu yüzden uygulayıcılar sayesinde, çocuğun dili kullanma konusundaki teşvik edici rolü yetişkin desteğiyle kazandırılan becerileri içerdiği için Kimlikli Bebekler Yaklaşımı'nın teorik alt yapısı, Vygotsky ve Bruner'in teorilerine dayanmaktadır (Şevik, 2020).

Kimlikli Bebekler Yaklaşımı, ABD'de başlamıştır ve Danimarka, İngiltere ve Hollanda'dan kurumların katıldığı iki yıllık bir Avrupa projesi sırasında geliştirilmiştir. Öykü ve diyalog yoluyla önyargıyı, insan hakları sorunlarını, kimliği, değerleri ve çeşitliliği ele alan, yetişkinler ve çocuklar için önyargısız, aktif bir öğrenme yaklaşımıdır. Kapsayıcılığı teşvik etmek, önyargı ve adaletsizlik konularını ele almak ve benlik saygısını tehdit edici olmayan bir şekilde oluşturmak için evrensel hikaye anlatma gelenekleri üzerine kuruludur. Yaklaşımı geliştiren Amerika Birleşik Devletleri'ndeki okul öncesi öğretmeni Kay Taus'a göre kimlikli bebekler: "Tıpkı sınıfımızdaki çocuklar gibi bireysel kimlikleri olduğu için farklıdırlar. Bir aileleri var, belli bir kasabada, ev ya da apartman gibi belli bir yerde yaşıyorlar, belirli arkadaşları var ve bu şeyler değişim göstermez." (Taus, 1987, aktaran Brown, 2001) .

Jesuvadian ve Wright (2011), kimlikli bebeklerin kullanımının, çocukların (4-6 yaş) yaşam deneyimlerini açıkça paylaşmalarını sağlamanın etkili bir yolu

olduğunu ve okul öncesi dönem çocuklarının akran seçiminde ırkın yerini araştırdıkları çalışmalarında; (1) Dört ila altı yaşındaki çocuklar kendi ırksal kimliklerini biliyorlar mı? (2) Dört ila altı yaşındaki çocuklar arkadaşlarını ırk özelliklerine göre mi seçerler? şeklinde iki temel araştırma sorusu oluşturulmuş ve yarı yapılandırılmış görüşmelerle oyuncak bebekler, çocukların araştırmacı ile konuşmalarını sağlayan kanallar görevi görerek çocukların klişelerin ve ayrımcılığın farkında olduklarını ortaya koymuştur. Bir azınlık çocuğu, koyu tenli bir kimlikli bebeğin ortaya koyduğu ikilem ve onun arkadaşlık kuramamasıyla derin bir empati göstermiştir.

Kimlikli Bebekler Yaklaşımının Hedefleri

Van Keulen vd. (2004)'e göre; Kimlikli Bebekler Yaklaşımı, çocuklara tanımlama, empati kurma, bebeğe yardım etmek ve onu rahatlatmak için yaratıcı çözümler bulma ve verme veya paylaşma imkanı verir. Aynı zamanda çatışmaları çözmek için bir olasılık sunar. Örneğin;

Olumlu bir öz imaj geliştirmek ve kimliği güçlendirmek: Kimlikli Bebek Milou, Ugandalı teyzesini selamlıyor. Gruptaki iki Ugandalı evlat edinilmiş çocuğun takdir ve gururla tepki verdiği gözlemleniyor.

Kimliğini ve grup atmosferini geliştirmek: Grupta bir parti olduğunda oyuncak bebek Kyril'in katılmasına izin verilir.

Çeşitliliği tanımayı ve bireysel farklılıkları öğrenmek: Bebek Jeroen annesiyle birlikte yaşıyor ve hafta sonları genellikle babasında kalıyor. Çocuklar aile yapılarındaki çeşitliliği ve saç rengi ve tipi, ten rengi, cinsiyet gibi dış özelliklerdeki benzerlikleri ve farklılıkları adlandırarak öğrenirler.

Duyguları öğrenmek: Kimlikli Bebek Mia, ilkokula gittiği için çocuk bakım merkezindeki kız arkadaşını özleyiyor. Mia çok üzgün hissediyor. Çocuklar duyguları tanımayı ve adlandırmayı öğrenirler.

Irish (2009), çalışmasında okul öncesi çocuklardan oluşan bir örnekleme duygusal okuryazarlık düzeyini geliştirmek için tasarlanmış bir duygusal müdahale programının etkililiğini araştırmıştır. Çalışmanın sonucuna göre programın, müdahaleye maruz kalan çocukların duygusal okuryazarlık düzeylerini önemli ölçüde etkilediği görülmüştür.

Empati yapmak: Kimlikli Bebekler Yaklaşımı, çok erken bir yaşta empatiyi teşvik etmek ve uygulamak için bir araçtır. Çocuklar neyin incitici ve zararlı olduğunu; haksız davranışları ve sonra buna göre hareket etmeyi öğrenirler. Örneğin; birisi Kimlikli Bebek Mia'nın küçük oyuncak arabasını elinden almıştır. O çok üzgün. Çocuklar ona nasıl yardımcı olabilir?

Kendisi ve başkaları için ayağa kalkmak, hakkını savunmak: Kimlikli Bebek Nelson'ın bir grup başka çocukla oynamasına izin verilmez. Kendi başına ayağa

kalkmasına, hakkını savunmasına yardım etmek için çocukların fikirleri nelerdir?

Bilgi, beceri ve tutumlar husunda yetkinlik kazanmak: Kimlikli Bebeklerin yardımıyla çocuklar -belirli duyguları tanımak ve adlandırmak; başkalarının da benzer deneyimler yaşadığını fark ettikleri için desteklendiklerini hissederek; kendi duyguları hakkında konuşacak kadar güvende hissetmek; sık rastlamadıkları sosyal çeşitlilik, etnik köken, handikaplar ve çeşitlilik ile tanışır, ailelerin ve yaşam tarzlarının inşa edilme biçimlerindeki çeşitliliği anlamayı öğrenirler; kendi bireyselliklerinin ve kendi deneyimlerinin değerini anlar, kendileri ve başkaları için dürüst olmayan davranışlarla baş etmeyi öğrenirler. Klişeleri ve önyargıları tanımayı öğrenir; eleştirel bir zihin geliştir, haksız davranış ve ayrımcılığı reddetmek ile birlikte sorunları çözmeyi öğrenirler (Van Keulen vd., 2004).

Kuru Şevik (2020), Kimlikli Bebekler Yaklaşımı'nın okul öncesi dönem çocuklarının duygusal okur-yazarlık becerileri üzerindeki etkisini incelemek amacıyla on çocuk ile yürüttüğü araştırma sonucuna göre çocukların hem okul hem de ev ortamlarında daha fazla duygu ifadeleri kullanmaya başladıkları, kimlikli bebeklere karşı içten bir empati kurdukları ve empati becerilerinin desteklendiği, kendilerini ifade edebilme ve duygularını yönetme becerilerinin olumlu yönde geliştiği belirlenmiştir.

Barnfather ve Amod (2012), Güney Afrika'da duygusal okuryazarlık ve kimlikli bebekler eğitim programından geçen kursiyerlerin empati gelişiminin ve kişisel deneyimlerini değerlendirdikleri çalışmalarında kişilerarası Reaktivite İndeksi ve bir günlük, süreç notları ve bir değerlendirme formunda katılımcıların duygu, deneyim ve düşüncelerinin tematik içerik analizi yoluyla yapılmıştır. Nicel sonuçlar empatide bir gelişme açısından herhangi bir önem göstermese de, nitel sonuçlar katılımcıların kendi duyguları ve başkalarının duyguları hakkında daha fazla düşünebildiklerini ve konuşabildiklerini göstermiştir.

Kimlikli Bebekler Yaklaşımı'nda hikayeler birbirinin üzerine inşa edilir. Her bebeğin hayatı hakkında anlatılan hikayeler ırkçılık, cinsiyet, HIV ve AIDS damgası, sosyal sınıf, yoksulluk, taciz ve sakatlık gibi konuları içerir. Etkileşimli problem belirleme tartışmaları, hikayelerine dayalı olarak gelişir ve amaç, duygusal farkındalık ve özgüven geliştirmelerini güçlendirirken, yardımcı olmayan, ayrımcı tutum ve davranışların unutulmasını teşvik etmektedir. Çocuklar, bebeklerle dil, kültür ve/veya engellilik açısından onlardan farklı olabilecek 'arkadaşlar' olarak ilişki kurma fırsatına sahip olurlar. Bu süreçte adalet ve adaletsizlik anlayışlarını geliştirirler, çatışma yönetimini ve problemlerle yüzleşme, problem çözme becerilerini öğrenirler ve kendilerini

diğerlerinden üstün veya aşağı hissetmeden aileleri ve kültürel geçmişleriyle gurur duymaya teşvik edilirler. Dışlanma, zorbalık ve lakapların hedefi olan çocukları, bu duygularla ve durumlarla başa çıkma uygulamalarına kolayca dahil etmemizi sağlar. Çocuklara, empati ve önyargılı tutumların geliştirmesi ve ayrımcı davranışların neden olduğu incinmeyi anlamaları ve en önemlisi, kendileri ve başkalarının haklarını savunmak için ihtiyaç duydukları becerileri, yanlış inançları veya klişeleri nazikçe düzeltmeyi geliştirmelerine yardım edilir. Çocuklar özsaygı geliştirirler, önyargı kurbanı olduklarında desteklenirler ve adaletsizliğe meydan okumaları için yetkilendirilirler. Bebekler, çocuğun kişisel, sosyal ve duygusal gelişimini kolaylaştırmak için ideal bir yol sağlar (Whitney, 1999; Smith, 2009; Irish, 2009).

Bu güvenli ortamda, hikaye anlatma seanslarının rahat, resmi olmayan ve destekleyici atmosferinde, çocuklar kendi kimlikleri, yaşam deneyimleri ve duyguları hakkında konuşurlar, çocuklara sorunlar ve durumlar hakkında ne düşündüklerini ve hissettiklerini söylemeleri için fırsatlar verilir ve kimlikli bebeğin sorunlarını çözmesine yardımcı olmaya çalışırlar. Bebekler ve hikayeleri, çocukların geliştirmekte olabileceği duygusal zorlukları keşfetmek, kendi günlük yaşamlarında bu sorunları ortaya çıkarmak ve bunlarla yüzleşmek ve bu sorunlarla başa çıkmaları için güçlü araçlar sağlamaktadır (Brown, 2001; www.persona-doll-training.org).

Kimlikli Bebekler Yaklaşımı, okul öncesi öğretmenleri, rehber öğretmenler, sosyal hizmet uzmanları, psikolojik danışmanlar tarafından da farklı ortamlarda ve farklı amaçlarla da kullanılabileceği gibi ortaöğretim kurumları da dahil olmak üzere farklı yaş gruplarında da kullanılabilir (Acar, 2021).

Fiziksel Çevre ve Materyaller

Hikaye anlatımı için pek çok oyuncak bebek kullanılabilir ancak kimlikli bebekler özeldir. Onlar, pek çok sınıfın bölümünde bulunan oyuncak bebeklerle aynı değildir. Sınıftaki oyuncak bebekler genellikle, çocukların hayallerinde kendi bebeği gibi tutulan, altının değiştirilmesi ve beslenmesi gereken bebeklerdir. Kimlikli bebekler ise öğrencilerinizle aynı yaşıdadırlar, gerçeğe yakın, birçok yönden gerçek bebeklere benzerler. Başlangıçta çocukları temsil etmek için kağıt ve kartondan bebekler kullanılmıştır, ancak bunların yerini yavaş yavaş büyük (yaklaşık 70 cm boyunda), kumaştan yapılmış yumuşak bebekler almıştır. Bebeklerin yapımı nispeten kolaydır ve gönüllüler ve işletmeler tarafından yapılabilir. Kültürel olarak uygun kumaştan yapılmış kız ve erkek bebeklerdir. Taus başlangıçta, bebeklerin sınıfındaki çocukların fiziksel özelliklerini, kimliklerini, yaşam tarzlarını ve koşullarını yansıtmalarını amaçlamıştır. Her kimlikli bebek gerçek bir kişiyi, farklı deneyimleri temsil

eder ve kendi karakterini korur. Yani bir aileleri ve arkadaşları olacak, belirli bir bölgede, belirli bir evde veya apartman dairesinde yaşayacaklar ve kimlikleri gerçek çocuklardan daha fazla değişmeyecektir. Kimlikli bebeklerinin kendi bireysel kişilikleri, yaşam öyküleri, hoşlandıkları ve hoşlanmadıkları şeyler vardır. Onlara kimlikler verilir ve böylece kültürel ve sosyal sınıf geçmişleri, aile durumları, yetenekleri ve engelleri, korkuları ve ilgileri olan benzersiz kişiliklere dönüştürülürler. Bebekler kukla olarak kullanılmaz: Öğretmen, kimlikli bebeğin söylediklerini çocuklara bebeğin sesini taklit etmeden aktarır. Kimlikli bebekler insanları taklit eder. Ten rengi, saç ve yüz özelliklerinde farklılıklar olan erkek veya kadın; bazıları gözlük takar, bazıları tekerlekli sandalye kullanır, bazıları sağlamdır. Genellikle çevre veya grup zamanında ziyarete gelirler, çocuklar özellikle bebeklerin aslında “oyuncak bebek” olduklarını bilirler. Kısa sürede bebekler onlar için gerçek olur çünkü onların yaşamları ve deneyimleri çocuklarınkini yansıtır ve çocuklar onları çabucak arkadaş olarak kabul eder, her bebek ile çocuk grubu arasında bir dostluk ilişkisi, bir bağ kurulur ve çocukları kişisel olarak tanımaya başlarlar sonuç olarak hikayelerini bebeklerle paylaşırlar, onlara düşünceli ve sempatik olarak tepki verirler (Taus, 1987; Whitney, 1999; Brown, 2001; Irish, 2009; Smith, 2009; Şensoy, 2013).

Kimlikli bebeklerin hayatlarını oluştururken cinsiyet, yaş, ırk ve etnik köken, din, aile yapısı, kültür, sınıf, hoşlananlar ve hoşlanmayanlar, diller, özel yetenekler ve engeller düşünülmelidir. Bu şekilde her öğrenci kendini Kimlikli bebeklerin parçalarında, yaşamlarında görecektir ve çeşitlilik konusunda rahatlayacaktır. Kişisel özellikler, aile ve kültür gibi detayların bir kısmı Kimlikli Bebekler çocuklarla tanıştırmadan önce icat edilir, bir kısmı da Kimlikli Bebeklerin yer aldığı hikayelerle ilişkilendirilerek eklenir. Ancak bu detaylar, tıpkı gerçek bir öğrencinin hayatındaki detaylar gibi zamanla aynı kalır. Örneğin, esmer tenli bir Kimlikli bebek yapıp kahverengi ten ve bir kız olduğuna karar verelim, ona Lanthe adını verelim ve yaşını 6 ve ırkını Afrikalı olarak belirleyelim. Annesi, babası ve diğer oyuncaklarımdan biri olan küçük erkek kardeşi Henry ile yaşamasına karar verelim. Lanthe ile ilgili hikayeler anlatırken biyografisine Julio isimli başka bir oyuncak bebeğin çok yakın arkadaşı olduğunu, ip atlamayı ve ağaca tırmanmayı sevdiğini ekleyelim (Whitney, 1999).

MacNaughton (1999), okul öncesinde eşitlik ve sosyal farklılık projesi kapsamında 4-5 yaş çocukların cinsiyet, sınıf ve ırk anlayışlarını incelediği karma araştırma yöntemi ile yürütülmüş olan çalışmaya toplam 62 çocuk katılmıştır. Araştırmada ortaya çıkan sonuç çocukların daha önceki deneyimlerine yakın olan bebekleri ve hikâyelerini hatırlamada diğerlerine göre

daha başarılı oldukları ve cinsiyetinde bunda etkili bir faktör olduğunu göstermiştir.

Kimlikli bebeklerden oluşan bir sınıf koleksiyonu en az dört ve en fazla yirmi olabilir. Bebekler teker teker tanıtılarak sınıfın her birini ayrı ayrı tanımasına yardımcı olunur. Koleksiyon, sınıftaki öğrencilerin nüfusunu ve sınıfta temsil edilmeyen diğer birçok çocuğu temsil etmelidir (Whitney, 1999).

Çocuklar kısmen taklit, kısmen hareketlerinin övülmesi ya da eleştirilmesi sonucu mimiklerimizi, davranış kalıplarımızı, tutumlarımızı ve hislerimizi sıklıkla benimser ve birleştirirler. Uygulayıcılar olarak bizler bu süreci etkileriz. Öykü anlatma ve yaratıcı aktiviteler yoluyla çocukların kendilerini birey olarak ifade etmelerine, kim olduklarını gösterme ve söylemelerine yardımcı oluruz. Bizler öğretmen olarak ağır bir sorumluluk taşırız. Bu sebeple oyuncak bebek seçimlerimizin çocukların üzerinde sahip olabileceği olası etkiyi dikkatlice düşünmemiz gerekir (Şensoy, 2013).

Herhangi bir bebek, kimliğe ve çevresinde örülen öykülere sahip olabilir ve bazı şirketler tüm çocuklar için pozitif imajlar sunan bebekler üretiyor olsa da bu bebekler yeterli değildir. Öyle ki, Barbie pazarda en ünlü bebeklerden biri olmasına rağmen, Mac Naughton (1997) çalışmasında Barbie gibi bebeklerin kimlikli bebekler olarak kullanılmamasını önerir. Barbie ve çeşitli aksesuarlarının, küçük çocukların kimlik oluşumunu etkilediği genel olarak kabul edilmesine rağmen, gerçekte özellikle kızların kimlik seçeneklerini genişletip genişletmediği hakkında bir tartışma olduğuna işaret eder. Çeşitli sayıda geleneksel olmayan işler yapan Barbie'yi sunmanın çocukların kızlara açık mesleklere ilişkin bilinçliliğini artırır ve onların isteklerini genişlettiğini iddia ettiler. Örneğin, 1965'te Barbie Amerika'da ilk kadın astronottu ve ozamandan beri cerrah, UNICEF elçisi ve hava kuvvetleri filosu lideri gibi çoğu geleneksel olmayan mesleklerle portrelenmiştir. Barbie'nin, onun için gökyüzünün sınır olduğu, pozitif rol modeli olduğunu tartışırlar. Oysa MacNaughton (1997), Barbie'lerin güçlü cinsel klişeleştirme ve ayrıcalıklı elitist bir yaşam görüşü olduğunu, Barbie'lerin dünyasının erkek ve kız çocuklarına, istediklerini tımar ve çekicilikle elde eden seks objesi olarak kadın imgeleri sunduğunu iddia eder.

MacNaughton (1997), dört ila beş yaşındaki çocuklarla birebir görüşmelerde ve blok oyun alanına büyük bir Barbie çantasının yerleştirildiği ücretsiz oyun seanslarını gözlemleyerek, çocukların Barbie bebeği kullanarak kimlik seçeneklerini nasıl anlamlandırdıklarını araştırdığı çalışmasında kızların, dramatik hikayeler için nadiren bir Barbie kullandığını ve oyunlarının çoğunun, ambalajın önerdiği hikayelere dayandığını gözlemlemiştir. Örneğin alışveriş Barbie'sinin ayağa kalkması, arabayı tutması ve itmesi gibi... MacNaughton,

kız çocuklarında, Barbie'nin düzgün çalışmasını sağlamadaki herhangi bir başarısızlığı, talimatları yeterince dikkatli bir şekilde uygulamadıkları için kendi hataları olarak yorumladıklarını, Barbie'lerle ilgili kendi hikayelerine ve eylemlerine güvenmediklerini, erkek çocuklar için, oyunu belirlemede Barbie'lerin kıyafetlerinin değil, vücutlarının önemli olduğunu, onları soyup tabanca veya cop olarak kullandıklarını, Barbie'nin göğüslerini komik ve işe yaramaz bulduklarını saptamıştır. MacNaughton'ın görüşüne göre, erkeklerin yanıtları, kadınlar ve kızlar için yalnızca bedenleri tarafından tanımlanan bir kimlik seçeneğini benimsediklerini göstermiştir. Kadın bedenlerinin kısa sürede tutulacak ve gülünecek bir nesne haline geldiğini, kızları taciz etmenin ve cinsel imaların erkekler için bir dostluk ve zevk kaynağı olarak tanımlandığını kaydetmiştir.

Tüm bu araştırmalar ışığında Brown (2001), çocukların çok çeşitli kimlik seçeneklerini keşfetme fırsatlarını sınırladıkları için Barbie'lerin kimlikli bebekler için kullanılmaması gerektiğini savunur. Önyargı karşıtı bağlamlarda kimlik geliştirme araçları olarak kullanılması amaçlanan kimlikli bebeklerin, birinin mükemmellik fikri veya olumsuz bir klişeden ziyade bir dizi gerçekçi insan özelliğini tasvir etmesi gerektiğini şiddetle tavsiye etmektedir. Kimlikli Bebekler Yaklaşımı için kullanılan bebekler, her çocuğun kültürlerinden, ten renklerinden ve kimliklerinden ve gurur duyma hakları gibi yüksek beklentilerini iletir. Kimlikli bebekler, olumsuz tutumlar yaşayanlara da destek sunar.

Bir başka deyişle uygulayıcılar stereotipik imajların yaratılmadığını garantilemek için kendi stereotipik düşüncelerini ortaya çıkarmalı ve böyle fikirlerin bilinçsizce desteklenmediğini kontrol etmelidir. Eğer mümkünse, bebeklerin ve giysilerinin fiziksel ve kültürel olarak uygun olduğunu ve engellerin doğru bir şekilde portrelendiğini garantilemek için ebeveynler bebekleri yapmada ve almada dahil edilmelidir. Başlangıçta ebeveynleri dahil ederek ve bebekleri kullanma nedenlerini paylaşarak, onları sahiplenmelerine yardımcı olunmalıdır (Şensoy, 2013).

Türkiye'de kimlikli bebekler ve kıyafetleri, Mardin'de kadınlara iş istihdamı yaratmak amacıyla kurulmuş olan Mardin Ortak Kadın İş birliği Atölyesi'nde (MOKİD), Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi ve Boğaziçi Üniversitesi Barış Eğitim Uygulama ve Araştırma Merkezi işbirliğiyle Mardinli kadınlar tarafından Kimlikli Bebekler Projesi kapsamında Nisan 2011'de yürütülmeye başlanmıştır. Bir yıl süren bu projenin diğer amacı okul öncesi dönemi de kapsayan erken çocukluk döneminde farklılıklara saygı, çocuk ve insan hakları, pozitif (olumlu) kimlik ve karşı taraftaki insanları anlama (empati) duygusu geliştirerek barış kültürünün küçük yaşlarda oluşmasını sağlamaktır. Benzer

şekilde Güney Afrikada'da bebekler kırsal bölgeler için gelir getirici bir kaynak olarak tasarlanmış bir proje kapsamında Afrikalı kadınlar tarafından dikilmektedir (Şensoy, 2013; Acar, 2021).

Projenin ilk aşamasında 21-22 Mayıs 2011 tarihlerinde eğitim aracı olarak kullanılacak kimlikli bebeklerin üretilmesi sürecine yönelik olarak Güney Afrika kimlikli bebekler eğitmeni Carol Smith tarafından Mardin'de proje kapsamında kurulan MOKİD atölyesinde 20 kadına eğitim verilmiş, bu atölyede farklı amaçlara yönelik materyal (küpe, çanta vb.) ve bebeklerde üretilip satılacağından iş olanağı yaratılması yönünde çalışmalar yapılmıştır. Daha sonra Mardin ili ve ilçelerinden seçilen pilot uygulamaya katılan okul öncesi eğitim öğretmenlerine, Güney Afrika kimlikli bebekler eğitmeni Carol Smith ve Çanakkale On Sekiz Mart Üniversitesi Okul Öncesi Öğretmenliği Anabilim Dalı Öğretim Üyesi Doçent Doktor Ebru Aktan Acar tarafından 23-24 Mayıs 2011 tarihlerinde kimlikli bebekler eğitiminin birincisi verilmiştir. Bu eğitime BUPERC Başkan Yardımcısı Nur Mardin ve BUPERC Eğitim Komisyonu Üyesi Maggie Pınar katılarak deneyimlerini paylaşmıştır (Şensoy, 2013).

Acar (2021)'e göre; kimlikli bebeklerin kullanıldığı hikaye anlatma oturumlarında oturma düzeni olarak çember şekli ya da U düzeni seçilmesi tüm grubun yüz yüze olan etkileşimini kolaylaştırır.

Müfredat ve Uygulama

Kimlikli bebekler yaklaşımının gücü, bebeklerin kendilerinde değil, çocuklara nasıl tanıtıldıklarında ve onların nasıl kullanıldıklarında yatmaktadır. Bu sebeple kimlikli bebekler yaklaşımının kendine ait bir müfredatı olmayıp bazı uygulama aşamaları vardır. Kimlikli Bebekler Yaklaşımı'nda ilk etapta kimlikli bebek ile sınıftaki çocuklar arasında bebeğin deneyimleri ile ilgili eşitliğin anlatıldığı konular ve temalarla hikayeler sayesinde ilişkiler kurulmalıdır. Bu durum bebek ve çocuklar arasındaki benzerlik ve farklılıkları araştıran diyalogların yanı sıra çocukların yaşamında neler olduğu ve bebek hakkındaki duyguları ve düşünceleri ile geliştirilebilir. Bu hikayeler kendi yaşantıları, sınıftaki deneyimleri ya da toplum içinde yaşanan daha geniş konularla ilgili olabilir. Bu açık uçlu, interaktif problem çözme oturumları çocukların kendi duygularını ifade etmeleri, bebeğin problemi hakkında düşünmeleri, empati kurmaları, problem çözmeleri ve farklılık ve adaletsizlik etrafında eylemci bir tutum geliştirmelerine olanak sağlar (Taus, 1987; Brown, 2001; Acar, 2021).

Brown (2001)'e göre ; tipik bir kimlikli bebekler oturumunun aşamaları :

1. Çocuklar ve kimlikli bebek arasında ilişki kurulur.
2. Bebeğin deneyimlerinden yola çıkarak eşitlikle ilgili konular veya temalar işlenir.

3. Çocuklar, kimlikli bebeğin sorunu ve ilişkili olabilecek kendi sorunları hakkında empati kurar ve kendi duygu ve düşüncelerini paylaşırlar.

4. Problem çözümü ve etkileşim aşamasında, çocuklar eleştirel düşünmeye ve adaletsizlik ve adaletsizliğe karşı aktivist bir tutum geliştirmeye teşvik edilir.

Kimlikli Bebekler Yaklaşımı'nın uygulama aşamaları temel olarak üç başlık altında incelenebilir. Bunlar; hazırlık, uygulama ve değerlendirme aşamasıdır. Her bir aşama kendi içerisinde çeşitli süreçleri içermektedir.

Hazırlık aşaması

Öncelikle uygulama yapacak kişilerin kimlikli bebekler yaklaşımının teorisini anlaması ve öğrenmesi gerekmektedir. Çünkü öncelikli olarak bilinmesi gereken, bu yaklaşımın ne amaçla ve nasıl kullanılacağıdır. Bunun için uygulayıcılar teorik bilgiye ihtiyaç duyarlar. Ancak Türkçe kaynaklara erişmek zor olduğundan ve az sayıda Türkçe yayın bulunduğundan bu bilgilere sahip olmak güç olmaktadır. Bu yaklaşımın uygulanabilmesi için uygulama yapmayı arzu eden kimselerin sertifika almaları gerekir. Kimlikli bebekler yaklaşımı eğitimi, teorik ve uygulamalı bir program kapsamında yürütülmektedir. Öncelikle teorik bilgi alınır ve bu bilgi yaklaşımın tarihçesi, amaçları, hedefleri, uygulama basamakları ve örneklerini kapsamaktadır. Daha sonra uygulama aşamasına geçilir (Seminer Notları, 2011; Şensoy, 2013).

Ülkemizde, 10.8.2006 tarihinde 336 sayılı ile Milli Eğitim Bakanlığı Talim Terbiye Kurulu Başkanlığı'nca kabul edilerek yürürlüğe giren yeni Okul Öncesi Eğitim Programı (36-72 aylık çocuklar için)'nda yapılan değişiklikler arasında farklılıklara saygı kavramı da yer almaktadır. Programda farklılıklara saygı kavramına “erken çocukluk eğitiminde sorumluluk, çevre farkındalığı ve farklılıklara saygı eğitimi” başlığı altında yer verilmiştir. Uygulayıcılara yol gösterici olması için hazırlanan örnek etkinlikler kitapçığında da farklılıklara saygı kavramı ile ilgili beş adet etkinlik örneği bulunmaktadır. Bu etkinliklerin dört tanesi sosyal duygusal gelişim alanına ve bir tanesi de bilişsel gelişim alanına yöneliktir. Etkinliklerin ikisinde “empati geliştirme”, diğerlerinde “ten ve ırk”, “kültür” ve “görünüş” kavramlarına yer verilmiştir (Şensoy, 2013).

Hazırlık aşamasında ilk olarak uygulayıcılar bebekle tanıştırılır. Uygulama yapabilmek için eğitmenin verdiği form doldurularak bebeğe bir kimlik oluşturulur. Bu aşama ile bebeğin hikayesi de ortaya çıkmış olacaktır. Bu kimlikte; bebeğin ismi, cinsiyeti, fiziksel özellikleri, ten rengi, kültürel geçmişi,

yaşı, konuştuğu diller, hoşlanıp hoşlanmadığı şeyler, aile yapısı, ebeveynin meslekleri, ebeveynin yaş vb. özellikleri, kardeş sayısı vb. bilgileri ile belirli özellikler belirlenir. Önemli olan husus, bu özelliklerin asla değişmeyeceğidir. Örneğin; bir sınıfı ziyarete gelen Ayşe bebek (bir eğitim öğretim dönemi boyunca ve aynı çocuklar okulda bulunduğu süre zarfında) daha sonra başka bir isimle tekrar o sınıfa gelemez. Bebeğin hikayesi bu ana temalar dikkate alınarak oluşturulur. Daha sonra bebeğin özel durumunun ne olacağına karar verilmelidir. Ancak burada dikkat edilmesi gereken bir nokta, bir bebeğin birden fazla özel durumunun olmamasıdır. Bu konu tamamen uygulayıcılara ve çalıştıkları çocukların durumuna bağlıdır. Uygulayıcılar çalıştıkları grupta bir soruna yönelik olarak hikaye oluşturabilecekleri gibi herhangi bir farklılık durumuna göre de bebeğin hikayesini şekillendirebilirler. Örneğin; bir bebek hem gözlüklü hem çilli hem de engelli olmamalıdır. Bu, uygulayıcıları konunun amacından uzaklaştırır. Bebeğin hikayesinin oluşturulmasının ardından uygulayıcılar kendi aralarında küçük bir pilot uygulama yaparlar ve bu uygulama esnasında eksik ve yanlış noktalar ortaya çıkmış olur. Bu pilot uygulama uygulayıcılar için bir ön değerlendirme olacaktır ve diğer uygulamalar için büyük kolaylık sağlayacaktır. Bu pilot uygulamanın ardından ise küçük bir çocuk grubuyla da pilot uygulama yapmak faydalı olacaktır. Çünkü bebeğin kişiliği ve hikayesi ile ilgili gelebilecek sorular uygulayıcılara rehber olacaktır. Çocuklar bildiğiniz gibi yetişkinlerin göremediği ya da fark edemediği önemli noktaları ve ayrıntıları bulup ortaya çıkartacaklardır. Tüm bu hazırlıklar yapıldıktan sonra asıl uygulamaya geçilebilir (Seminer Notları, 2011; Şensoy, 2013).

Uygulama aşaması

Bu aşamada kendi arasında üç oturumda gerçekleştirilebilir. Birinci oturumda bebek grupla tanıştırılır. Daha sonra bebeğin başından geçen sevinçli, mutlu bir olay anlatılır. Son olarak ise bebeğin özel durumu çocuklarla paylaşılır. Daha sonra bebekle vedalaşılır. Daha ayrıntılı olarak incelemek gerekirse ilk oturumda uygulayıcı sadece grupla bebeği tanıştırır. Bebeğin hikayesini oluşturması esnasında uygulayıcı tarafından belirlenen tüm özellikler ilk oturumda çocuklarla paylaşılır ve çocukların bebeği kabullenmesi ve onun kendileri gibi bir çocuk olduğunu düşünmeleri sağlanır. Birkaç hafta aradan sonra ikinci oturum gerçekleştirilir. İkinci oturumda ise bebeğin yaşadığı mutlu bir durum grupla paylaşılır. Grup içerisinde aynı durumu yaşayan bir çocuk olabilir ve duygularını paylaşabilir. Üçüncü yani sonra durumda ise bebeğin yaşadığı özel durum grupla paylaşılır ve bebeğin sorununa çocuklarla birlikte çözüm üretilir. Ancak her zaman bebeğin problemi çözümlenemeyebilir.

Çocukların bu durumlarda daha çok ne tür duygular içinde olduğu sorulur. Kimlikli bebeklerin uygulama aşamalarında en önemli husus aslında duygular ve duygu sözcükleridir. Bebeğin çocuklara ne hissettirdiği, onun sorunu karşısında neler hissettikleri, kendileri aynı durumlarla karşılaştıklarında neler hissedecekleridir. Uygulama bittikten sonra da bebek grupla vedalaşır ve ortamdaki ayrılır. Uygulama aşamasından sonra ise son aşama olan değerlendirme bölümü gelmektedir (Şensoy, 2013).

Değerlendirme aşaması

Bu aşamaya öncelikle çocuklarla bir değerlendirme yapmakla başlanmalıdır. Çünkü bebekle birebir iletişim halinde olan ve deneyimlerini paylaşan çocuklardır. Değerlendirme aşaması çeşitli destekleyici etkinliklerle olabilir. Bunlar; bir drama çalışması, soru-cevap tekniği, beyin fırtınası yöntemi, resim çalışması, alan gezisi gibi tamamlayıcı etkinliklerle olabilir. Çocuklarla yapılan değerlendirmenin ardından aynı uygulamayı yapan uygulayıcılar ile birlikte bir değerlendirme yapılmalıdır. Diğer uygulayıcıların karşılaştıkları durumların paylaşılması her uygulayıcıya rehber olabilir. Bu değerlendirmenin ardından uygulayıcının kendini öz değerlendirme yapması da çok önemlidir. Uygulayıcıların neyi nasıl yaptıklarının farkında olması demek diğer uygulamaların daha sağlıklı olması açısından önemli bir süreçtir. Bunun için eğitmen tarafından verilen bir form da değerlendirme sürecinde yardımcı olacaktır. Değerlendirme süreci grup içi tartışma ve sonunda öneriler geliştirme süreci ile tamamlanabilir. Öneriler ise bir sonraki uygulamalarda uygulayıcılara çok iyi bir kaynak olacaktır (Şensoy, 2013).

Van Keulen vd. (2004).’e göre Kimlikli Bebekler Eğitimi’nin aşamalarını şu şekilde açıklamışlardır: Kimlikli bebekleri kullanarak eğitim, bir program veya müfredat dahilinde gerçekleşir. Bu müfredat: Eşitlik ve Çeşitliliğe Saygı Yaklaşımı’dır ve yöntemin bu yaklaşım çerçevesinde tanıtılması hayati önem taşır.

İlk eğitim: Çeşitlilik konusunda çeşitli hedeflere hitap etmek ve çeşitli becerileri birleştirmek: Sanat ve zanaat (bebek yapmak), antropoloji ve psikoloji (tasarım yapmak vb.), bir kişilik ve aile geçmişi, hikaye anlatımı şeklinde sıralanabilir.

Uzun süreli hizmet içi eğitim: Yöntemi tanıtmak, eğitimcilerin yöntemi günlük uygulamada kullanmalarını desteklemek ve eğitimcilere geri bildirim sağlamak için çocuk bakım merkezlerinde ekiplerle çalışmak aşamalarından oluşmaktadır.

Eğitmenlerin eğitimi: Eğitmenler, personel ve/veya kolej öğretmenleri için çeşitlilik ve eşitlik konulu bir kurs sırasında yöntem üzerine çeşitli modüller sağlamak şeklinde açıklanır.

Kimlikli Bebekler ile eğitim süreci şu unsurlardan oluşur: gözlem, kimlikli bebeği seçme ve geliştirme, kimlikli bebeğin tanıtımı, hikaye anlatımı, takip faaliyetleri, kayıt, raporlama, devam etme, eğitim faaliyetleri ve değerlendirme basamaklarıdır.

Divrengi (2007) tarafından yapılan "Erken çocukluk döneminde farklılıklara saygı kavramı ile ilgili öğretmen görüşlerin incelenmesi ve farklılıklara saygı ölçeğinin geçerlik ve güvenirlik çalışması" isimli çalışmasında, farklılıklara saygı kavramı ile ilgili okul öncesi öğretmenlerinin görüşlerini ve fikirlerini belirlemiş, belirlenen bu görüşlerle ilişkili olarak farklılıklara saygı ölçeğini geliştirmiştir.

Şensoy (2013), önce okul öncesi öğretmenlerin Kimlikli Bebekler Yaklaşımı'na ilişkin tutumlarını ve kimlikli bebeklerin kişilik özelliklerine ilişkin algılarını incelemek, daha sonra bu öğretmenlerin Kimlikli Bebekler Yaklaşımı'na ilişkin tutum ölçeğinin geçerlik ve güvenirlik çalışmasını gerçekleştirmek amacıyla yaptığı çalışmasında, kimlikli bebekler uygulamasının, çocukların en çok olumlu yönde empati kurma ve problem çözme becerilerini etkilediğini ortaya koymuştur.

Şensoy,(2013)'e göre Kimlikli Bebekler Yaklaşımının uygulanmasında dikkat edilmesi gereken önemli noktalar şunlardır:

1. Uygulamalara başlamadan önce mutlaka konuyla ilgili eğitim alınmalı ve planlama yapılmalıdır. Eğitim programın uygulanabilmesi için bu ilk şarttır. Uygulama yapılacak grupla bu durum paylaşılmalı çocuklarda merak uyandırılmalıdır.
2. Uygulama yaparken küçük gruplar seçilmelidir. Gruptaki çocuk sayısı onu geçmemelidir. Bu durum uygulayıcıya kolaylık sağlayacak ve tüm grubun aktif katılımını da kolaylaştıracaktır. Uygulama esnasında daha çok duygu sözcükleri seçilmelidir. Mutlu ve mutsuz durumlar aynı anda verilebilir. Uygulamalar yaş grubuyla da bağlantılı olarak basitten karmaşığa bir düzende gitmelidir. Problemler her zaman çözüme ulaştırılamayabilir. Bazı durumlarda problemlerin çözülemeyeceği de ifade edilmelidir.
3. Bir uygulama esnasında birden fazla bebek kullanılabilir ancak bu ilk aşamada tabii ki tercih edilmemelidir. İlk uygulama yapacak bir eğitimcinin bir bebekle uygulamaya başlaması yararlı olacaktır.
4. Bebeklerin hikayeleri kısa olmalı, çocukların yaşantılarına ve gelişim düzeylerine uygun biçimde tasarlanmalıdır.

5. Bebeklerin özel durumları birden fazla farklılık durumuna yönelik olmamalı, tek bir farklılık durumu ele alınmalıdır. Yani bir bebek hem gözlüklü hem çilli hem de engelli olmamalıdır.
6. Her oturum sonunda mutlaka bir değerlendirme bölümü yapılmalıdır.
7. Bebekler uzman eşliğinde evlere ziyarette bulunabilirler.
8. Kapanış oturumları kısa tutulmalıdır.
9. Öğretmenin süreçteki rolü yönlendirici olmaktır. Açık uçlu sorularla çocuklarda merak uyandırmalı, onların kafalarında soru işaretleri oluşturmali ve eleştirel düşünme becerilerini geliştirmelidir.

Bazı Önyargılar ve Kimlikli Bebeklerin Kullanıldığı Hikayeler:

Whitney (1999), birtakım önyargıları ve bunların işleneceği hikayeleri örneklediği çalışmasında; çocukların deneyimlediği önyargının birkaç şeklinin olduğundan, çocuklara lakap takıldığı, dışlandığı, incitici alaylara maruz kaldığı, diğer önyargılı davranışların vurgulandığı hikayeler anlatılması gerektiğinden bahsetmiştir. Örneğin, "Herkes büyüyünce ne olmak istediğini söylemek için çemberin etrafında döndüğünde Brad, hemşire olmak istediğini söyledi. Sonra Rajit güldü ve 'Sen hemşire olamazsın aptal. Bu kızlar için!' dedi. 'Henry tekne de oynamaya gittiğinde, iki çocuk ona bağırды, 'Git buradan! siyahi çocuk istemiyoruz burada!' dediler. 'Lanthe oyun antrenmanındayken diğer çocuklardan biri ona sandalyesinden vazgeçmesini söyledi. Lanthe ona hayır dedi çünkü o sandalyede oturuyordu. Çocuk Lanthe'ye ailesi Afrika'dan geldiği için gidip yere oturması gerektiğini söyledi. Afrika'daki herkesin pisliğinin içinde oturduğunu, bu yüzden Lanthe'nin de sandalyeye oturamayacağını söyledi." "Julio İngilizce öğrenirken çok iyi gidiyordu. Zorlandığı şeylerden biri de V sesini söylemekti. İspanyolca'da bu harf neredeyse 'buh' gibi geliyor. Ve dün Julio sınıfa fen projesi üzerinde çok çalıştığını İngilizce konuşarak söyledi Rajit güldü. "Çocuklardan biri Lucia'nın aile çizimine baktı ve annen ve baban 'Nerede' dedi? İçinde sadece bir büyükanne olan aile olmaz! diye konuştu." "Bir gün Rachel okuldayken hasta oldu. Karnı çok kötü ağrıdı ve sonra masasının üzerine kustu. Melly, "Kokmuş! Kokuşmuş! Yanıma gelme, Kokuşmuş!" diye bağırды. Ertesi gün Melly ona yine Kokuşmuş dedi, diğer bazı çocuklar da öyle dedi."

Whitney (1999)'e göre; bunun gibi hikayeler anlatmaktan korkulmamalıdır. Çocukların önyargının ne kadar acı verici olduğunu anlamaları için bu oyuncak bebeklerin sahip olduğu duyguları deneyimlemeleri gerekir. Oyuncak bebeklerle empati kurarak, durumlarla başa çıkma stratejilerini tartışarak ve kendilerini bu şekilde davranmayacak bir kişi olarak görerek öğreneceklerdir. Unutmamalıdır ki, bu tür durumların birçoğu içimizi burksa da, aynı hikayeyi

dinleyen çocuklar, bu tür yorumların arkasında hissettiğimiz yüzlerce yıllık tarihin imalarının farkında olmayabilirler. Ve bu durumların çoğunun günlük yaşamlarında meydana gelmesi muhtemeldir. Bu sorunları bir hikayede gündeme getirmek gerekmektedir. Aslında son iki hikaye gerçektir. İlki, 4 yaşındaki bir çocuk bakım ortamında gözlemlenmiştir ve ikincisi, 10 yaşındaki bir çocuk tarafından ilişkilendirilmiştir. Anlatılacak hikayeler her öğrenci için farklı anlamlar taşıyacaktır. Bazı çocuklar hikayeyle, kendilerinin veya tanıdıklarının başına gelmiş olabilecek veya zaten olmuş bir şey olarak bağlantı kuracaklardır. Diğer çocuklar kendi önyargılı davranışlarını tanıyacaktır. Her iki çocuk grubu da hikayeyi dinleyerek fayda sağlayacaktır.

Srinivasan ve Cruz (2015), Avustralya ilkokullarındaki kültürel çeşitliliğe saygıyla yaklaşmayı araştıran 18 aylık bir projenin parçası olarak 6 ila 13 yaş arası çocuklarla yürütülen nitel araştırmadan elde edilen verilere dayanan çalışmalarında, çocukların Avustralya toplumunda faaliyet gösteren 'ırk' ve 'renk' bilgilerini keşfetmelerini ve ifade etmelerini sağlamak için kimlikli bebekler kullanmışlardır. Çocukların sesleri, akranlarıyla günlük okul deneyimlerini kullanarak, farkı renge dayalı olarak nasıl kavramsallaştırdıklarını gösteren bu çalışma, 6-7 yaşlarındaki çocukların, bu bebekleri nasıl konumlandıklarını ve nitelikleriyle nasıl ilişkilendirdiklerini ve bunların günlük yaşamlarının maddi gerçekleriyle nasıl bağlantılı olduklarını ifade edebildiklerini göstermiştir.

Whitney (1999)'e göre; eğitimciler, öğrencilerin önyargının ne olduğunu ve ne kadar incitici olabileceğini anlamalarına yardımcı olmak için öğrencilerin çoğunun hayatında ortak olan konular hakkında hikayeler anlatmak isteyeceklerdir. Okulda olabilecek şeyler hakkında hikayeler anlatmak, doğru bir şekilde oluşturulması en kolay olanıdır ve çocukların aşına olduğu bir ortam kullanır. Eğitimci bu durumları oyuncak bebekle kendi sınıfına göre uyarlamayı unutmamalıdır. Öğrenciler için önemli olan konular hakkındaki bilgi, hangi hikayeleri tartışmaya hazır oldukları konusunda en iyi rehber olacaktır. Daha sonra önyargıları incelemek doğru olacaktır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

(Acar, 2021)'e göre, çocukların nasıl öğrendikleri, öğrenmeye nasıl teşvik edindikleri, onların neyi öğrendikleri kadar önem taşımaktadır. Bu prensip altı yaştan küçük çocuklara yönelik hazırlanan ve uygulanan tüm programların temelini oluşturmaktadır. Şayet bu işe süratli bir şekilde başlanırsa çocukları ve hatta torunları da dahil ederek, farklılıklara saygı duyan, farklılıkları kutlayan, farklılıklarla zenginleşen, peşin hükümden, ayrımcılık ve kinden uzak bir çevre ve dünya oluşturulabilir.

Sonuç olarak ise Kimlikli Bebekler Yaklaşımı çocukların farklılıklarla tanışmalarında ve önyargılarla mücadele etmelerinde etkili olan son derece güçlü bir araçtır. Öğretmenler, çocukların hayatlarında son derece eşsiz bir yere ve öneme sahiptir. Bu sebeple çocukların hayatlarına yapılacak en küçük dokunuşlar bile onların gelecek yaşamlarındaki büyük değişimlere sebep ve rehber olabilir. Buradan hareketle bundan sonrası için yapılması gereken kimlikli bebekleri çocuklarla buluşturmak ve çocuklarla birlikte yapılacak olan bir araştırmaya başlamaktır. Bununla birlikte Kimlikli Bebekler Yaklaşımı ile ilgili kullanılan bebeklere ait değişik öyküler oluşturulup bu öyküler çerçevesinde oturumlar uygulanıp öncesi ve sonrasında çocuklarla niteliksel açıdan deneysel çalışmalar yapılabilir. Bu yaklaşım ve uygulama yeni olduğundan alandaki öğretmenlerin birçoğunun bu yaklaşım ve uygulama basamakları hakkında bilgisi sınırlıdır. Bu sebeple alandaki öğretmenlerin konu ile ilgili düzenlenen eğitimlere vb. katılımı sağlanmalıdır.

KAYNAKÇA

- Aktan Acar, E., 2021. Kimlikli Bebeklerle Farklılıklarda Buluşmak: Erken Çocuklukta Başlayan Bir Düş., Erken Çocukluk Eğitim Mozaïği, 4. Basım, Ankara, Nobel Yayıncılık, 285-306.
- Al-Jubeh, D., & Vitsou, M. (2021). Empowering Refugee Children with the Use of Persona Doll. *International Journal of Progressive Education*, 17(2), 210-227.
- Barnfather, N., & Amod, Z. (2012). Empathy and personal experiences of trainees in an emotional literacy and persona doll programme in South Africa. *South African Journal of Psychology*, 42(4), 598-607.
- Bredekamp, S. & Rosegrant, T. (eds), 1992, *Reaching potentials: introduction*. In *Reaching potentials: appropriate curriculum and assessment for young children*. National Association for the Education of Young Children, Washington DC, page 2.
- Brown, B. 2001, *Combating discrimination, Persona Dolls in action*. Trentham Books, Stoke on Trent.
- Buchanan, L. (2007). The use of Ububele Persona Dolls in an emotional literacy programme with pre-school children. Unpublished master's dissertation). University of the Witwatersrand, Johannesburg.
- Derman-Sparks, L. & the Anti-Bias Curriculum Task (ABC) Force, 1989, *Anti-bias curriculum: tools for empowering young children*. National Association for the Education of Young Children, Washington DC.
- Divrengi, M. (2007). Erken çocukluk döneminde farklılıklara saygı kavramı hakkında öğretmen görüşlerinin incelenmesi ve farklılıklara saygı ölçeği'nin geçerlik ve güvenirlik çalışması (Doctoral dissertation, Yüksek lisans tezi). Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Çanakkale.
- Divrengi, M. ve Aktan, E.(2010). *Farkındayım farklılıklara saygılıyım*. Ankara: Eğiten Kitap Yayınevi).
- Duran Yılmaz, A., & Ömeroğlu, E. Uygulayıcı Güvenirliği Formunun Kimlikli Bebekler Yaklaşımı ile Desteklenen Değerler Eğitimi Programına Yönelik Geliştirilmesi.
- Irish, N. A. (2009). Evaluating the effectiveness of an Ubulele-Persona Doll Emotional Literacy Programme for preschoolers from Alexandra Township (Doctoral dissertation).
- Jesuvadian, M. K., & Wright, S. (2011). Doll tales: Foregrounding children's voices in research. *Early Child Development and Care*, 181(3), 277-285.
- Kuru Şevik, H. (2020). Kimlikli bebekler yaklaşımı'nın okul öncesi dönem çocuklarının (4-6 yaş) duygusal okuryazarlık eğitimlerinde kullanılması:

- bir eylem araştırması .Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale 18 Mart Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Çanakkale.
- MacNaughton, G. 1997, Look! I'm Barbie and we're at Pizza Hut: the comodification of young children's identities. Paper presented to the National Conference of the Crèche and Kindergarten Association of Queensland, Brisbane.
- MacNaughton, G. (1999). Dolls for equity: young children learning respect and unlearning unfairness. In Persona Doll conference, London, UK.
- Smith, C. (2009). Persona Dolls and anti-bias curriculum practice with young children: A case study of Early Childhood Development teachers (Master's thesis, University of Cape Town).
- Srinivasan, P., & Cruz, M. (2015). Children colouring: speaking 'colour difference' with Diversity dolls. *Pedagogy, Culture & Society*, 23(1), 21-43.
- Şensoy, H. (2013). Kimlikli Bebekler Yaklaşımı Eğitiminin Okul Öncesi Eğitimi Öğretmenlerinin Kimlikli Bebekler Yaklaşımı'na İlişkin Tutumları ve Kimlikli Bebeklerin Kişilik Özelliklerini Algılamaları Üzerindeki Etkisi (Doctoral dissertation, Yüksek lisans tezi). Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi/Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Çanakkale).
- Taus, K. 1987, Teachers as storytellers for justice. Unpublished doctoral dissertation, Pacific Oaks College, Pasadena, CA.
- Turaşlı, K. N., Doğan, Ö., Dağlıoğlu, H. E., Orçan, M., Güleç, H. Ç., Gül, E. D., Alat, Z., Dereobalı, N., Arslan, Ü., Acer, D., Güler, T. ve Haktanır, G. (2012). Okul öncesi eğitime giriş. (6. Baskı). Ankara: Anı Yayıncılık
- UNICEF. (2017). Early moments matter for every child. UNICEF. https://www.unicef.org/media/files/UNICEF_Early_Moments_Matter_for_Every_Child_report.pdf (Erişim tarihi: 25/11/2020).
- Üner, E. (2011). Okul öncesi eğitim programındaki 36-72 aylık çocuklara farklılıklara saygı eğitimi kazandırmanın öğretmen görüşleri doğrultusunda değerlendirilmesi (Master's thesis, Eğitim Bilimleri Enstitüsü).
- Van Keulen, A., Malleval, D., Mony, M., Murray, C., & Vandebroek, M. (2004). Diversity and equity in early childhood training in Europe.
- Whitney, T. (1999). Using persona dolls to help children develop anti-bias attitudes. *Rethinking early childhood education*, 23-28.
- www.persona-doll-training.org (01.11.2022 tarihinde alındı)

86. Bölüm

Örgütlerde Konuşulmayan Sorunlar: Odadaki Fil Sendromu

Engin YURDASEVER ¹

¹ Dr. Öğr. Üyesi; Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Muhasebe ve Vergi Bölümü.
enginyurdasever@odu.edu.tr ORCID No: 0000-0002-3853-2032

ÖZET

GİRİŞ

Örgütlerde tartışılmayacağı düşünülen pek çok konu veya sorun olabilmektedir. Birçok örgütte, bir kez bahsedildiğinde ardından rahatsız edici bir sessizliğin geldiği bir konu çoğunlukla bulunmaktadır (Team, 2018). Bunların çoğu, çalışanların bazı konulardan rahatsız olduğu, herkesin bu rahatsızlığı bildiği ama yine de kimsenin dile getirmediği ya da getiremediği durumlardır. Çalışanlar bunun yerine konunun etrafından dolanarak ve ondan bahsetmeyerek ya da görmezden gelerek bir şekilde kendiliğinden sorunun ortadan kalkacağı umudunu taşımaktadır (Daskal, 2016). İşte bu durum örgütte herkesin bildiği ancak üzerinde konuşmak istemediği sorunları ifade eden “odadaki fil”in var olduğunun bir göstergesidir.

Bu tür durumlar pek çok örgütte yaşanır ve gündeme getirilmeleri ve tartışılmaları rahatsız edici olduğu için ele alınmaları zordur. Bunlar, ücret adaletsizliği, bir ekip üyesinin düşük performansı veya bir projeyi sekteye uğratma riski taşıyan departmanlar arası rekabet vb. olumsuz durumlara neden olan veya önemli sorunlara yol açan konulardır (Zigarmi ve Diamond, 2023).

Araştırmalar, çalışanların %56’sının iş yerindeki şikâyetlerini bir yıldan uzun bir süre dile getirmeden beklettiğini göstermektedir. Bir çok çalışan endişelerini dile getirmekten kaçınmak için sıkıntı, mutsuzluk ve hayal kırıklıkları yaşamaya razı olmaktadır (Robb, 2022). Bu kısmen anlaşılabilir bir durumdur. Çünkü kimse başkalarını rahatsız edebilecek bir konu hakkında konuşmaktan heyecan duymamaktadır. Hassas bir konuyu dile getirmek bazen tedirgin edici olabilmektedir. Ve tedirgin hissetmek bazen yanlış da olsa çalışanların sessiz kalmasına neden olabilmektedir. Fil ister herkes tarafından bilinen bir konu olsun isterse sadece birkaç farkındalık sahibi çalışan tarafından algılanabilmiş olsun, son noktaya gelene kadar bir fili adlandırmak ve itiraf etmek zor bir durumdur (DeLevie, 2016).

Modern çağ, teknolojik, ekonomik ve sosyal değişimlerin damgasını vurduğu, hızla gelişen bir çağdır. İş ortamı son derece rekabetçidir ve çalışanların üzerindeki performans baskısı son derece yüksektir. Bu durum her çalışanı etkilemekte ve örgütlerde strese yol açmaktadır. Bu stres, örgütte bulunan belirli bir fili ele almakta başarısız olunması durumunda daha da artmaktadır. Hatta bu filler stratejik olarak ele alınmazsa bir örgütün etkinliği önemli ölçüde zayıflatma potansiyeline sahiptir (Katiyar, 2021).

Ayrıca bir file dönüşme riski taşıyan önemli konuların konuşulmaması, durum değerlendirmesinden öteye geçemeyen etkisiz toplantılara ve en kötüsü de hatalı kararlara veya başarısız girişimlere yol açmaktadır. Bu durum işletmelerin parasal kayıplarını da artırmaktadır. Rahatsız edici konular ele alınamadığında, örgütler zamanla toksik çalışanlara ve düşük performans

gösterenlere tolerans göstermeye başlamaktadır. Yinelenen tartışmalar veya arka plandaki gerilimler enerjinin boşa harcanmasına ve kişiler arası yorgunluğa yol açmaktadır. Tartışılmayan konulardan kaynaklanan tıkanmışlık hissi ise moral ve motivasyonu düşürmektedir (Zigarmi ve Diamond, 2023).

En sofistike ve yenilikçi işletmelerin yöneticileri bile zaman zaman neredeyse herkesin gördüğü ancak kimsenin yüzleşmek istemediği, diğer bir deyişle odadaki fil olarak bilinen bir sorunu kontrol altına almak zorunda kalmaktadırlar. Ancak bu sorunlar ne kadar ürkütücü görünürse görünsün onları kontrol altına almanın yolları da bulunmaktadır (Harper ve Harper, 2013). Yani filin adını koymak, onunla yüzleşmek ve onu etkisiz hale getirmek mümkündür. İşte bu çalışmada, nitel araştırma yöntemlerinden tarama modeli kullanılarak odadaki fil kavramı ile ilgili literatür taraması yapılmış ve elde edilen bilgiler sistematik olarak açıklanmıştır. Bu çerçevede ilk olarak örgütler açısından odadaki fil kavramı açıklanarak örgütlerde filleri ortaya çıkaran sebepler, fillerin özellikleri ve fillerin örgüt üzerindeki etkileri ele alınmıştır. Araştırmanın son bölümünde ise örgütlerde görülebilecek fillere başa çıkmanın yolları sıralanmış ve hem işletmelere hem de diğer araştırmacılara bir çerçeve sunulmaya çalışılmıştır.

1. ODADAKİ FİL KAVRAMI

“Odadaki Fil” İngilizce’de yaygın olan ve bir grup insan arasında genellikle önemli ya da büyük bir konu, sorun ya da riskin olduğu durumlarda kullanılan metaforik bir deyimdir. Bu kavram ile kastedilen şey, herkesin farkında olduğu ama kimsenin hakkında konuşmak istemediği konular veya sorunlardır (Malone, 2016).

Fil karada yaşayan en büyük hayvan olduğu için benzetmenin onun ile yapılması, oldukça büyük ve önemli bir konunun görmezden gelinmesini temsil etmektedir. Odada bir fil olduğunda aslında insanlar o konuyu zihinlerinde bilmekle birlikte gündeme getirmekten çekinmektedirler (İlgüner, 2023). Örneğin herhangi bir insanın içinde bulunduğu odada bir fil olsa, bu durum o kadar bariz ve o kadar göz ardı edilmesi imkansız bir nitelik taşır ki kişinin onu görmemesi, farketmemesi veya rahatsız olmaması mümkün değildir. Yine de bir çok kişi rahatı bozulmasın diye ya da cesareti olmadığı için o fil orada yokmuş gibi bir süre hayatına devam etmeye çalışmaktadır. Ancak eninde sonunda fil hakkında konuşmanın kaçınılmaz olacağını unutmamak gerekir (Dinç, 2017).

Dolayısıyla fil kelimesi, konunun veya sorunun oldukça büyük ve ağır olduğunu ve kimsenin onunla yüzleşmek veya onu yerinden oynatmaya çalışmak istemediğini göstermektedir. “Odanın içinde” ifadesi ise sorunun büyük olduğunu ve bulunduğu belli bir yerde büyük bir alan kapladığını

anlatmak için bir çerçeve olarak kullanılmaktadır. Odanın ortasında olduğu için insanlar bilinçli olarak ondan kaçınmakta, etrafından dolaşmakta ve onunla uğraşmak yerine orada değilmiş gibi davranmaktadır (Brown, 2015a).

Odadaki fil kavramı bugüne kadar hem insan ilişkileri hem de yönetim alanında farklı yazarlar tarafından çeşitli tanımlamalar yapılarak açıklanmaya çalışılmıştır. Tablo 1’de farklı yazarlara ait farklı tanımlar sıralanmıştır.

Tablo 1. Odadaki Fil Kavramına İlişkin Tanımlar

Yazar	Tanım
Bommelje (2013)	Bir toplantıdaki herkesin bir konu veya sorun olduğunu bildiği, ancak kimsenin bundan bahsetmediği durumdur.
Galloway (2014)	Göz ardı edilen veya ele alınmayan bariz bir gerçek veya durum ya da kimsenin tartışmak istemediği bir risktir.
Bowe (2015)	Herkesin bildiği ancak tartışılması veya başa çıkılması zor olduğu için kabul etmediği veya bahsetmediği ciddi bir sorundur.
Brown (2015b)	Açık olan ancak genellikle utanç yarattığı veya tabu olduğu için bir grup insan tarafından gözardı edilen bir soru, sorun, çözüm veya tartışmalı konudur.
Malone (2016); Ögüt (2017)	Açık bir şekilde ortada duran, herkesin farkında olduğu ama kimsenin konuşmak veya üzerine gitmek istemediği sorundur.
EDG (2017)	Herkesin farkında olduğu, ancak konu hakkında tartışmanın rahatsız edici olduğu düşünüldüğü için tartışılmayan önemli ve bariz bir konudur.
Frood (2017)	İnsanların hakkında konuşmaktan çekindikleri zor bir konu ya da önemli bir sorun için kullanılan bir koddur.
Thea (2020)	Açıkça ortada olan ancak hakkında konuşulmayan bir şeyi temsil etmek için kullanılır. Herkesin bildiği, ancak kimsenin tartışmak için ortaya çıkacak cesareti veya bilgisinin olmadığı hassas ve tetikleyici bir konu veya sorundur.
Espinal (2020); Misner (2020)	Herkesin bildiği ancak en azından bazılarını rahatsız ettiği için ya da utanç verici, tartışmalı, kışkırtıcı ya da tehlikeli olduğu için kimsenin bahsetmediği veya tartışmak istemediği önemli bir konu veya tartışmalı mesele için kullanılan mecazi bir deyimdir.
Ramanathan (2021)	İnsanların tartışmak veya ele almak istemediği bariz bir sorun veya zor bir durum anlamına gelir.
TCC (2022)	Genellikle kasıtlı olarak görmezden gelinen veya basitçe ele alınmayan kalıcı sorunlar olduğunun bir işaretidir.
İlgüner (2023)	Kimsenin tartışmak ve derinine inmek istemediği çok açık bir sorun ve riski tanımlamaktadır.

Görüldüğü gibi odadaki fil ile ilgili tanımlarda ortak bir özellik olarak genellikle sorunların herkes tarafından bilindiği ancak görmezden gelindiği durumlara vurgu yapılmaktadır. Bu tanımlardan hareketle daha kapsayıcı bir tanım yapmak gerekirse odadaki fil kavramını; “*Açık bir şekilde ortada duran,*

herkesin farkında olduğu ama rahatsız edici veya başa çıkılması zor olduğu düşünüldüğü için kasıtlı olarak kimsenin konuşmak, bahsetmek veya üzerine gitmek istemediği görmezden gelinen sorun, risk veya tartışmalı bir konu” olarak tanımlamak mümkündür.

Odadaki fil kavramının kaynağı bilinmemekle birlikte ilk kez 1814 yılında bir Rus fabl yazarı olan Ivan Krylov tarafından kullanıldığı düşünülmektedir. Krylov’un bir müzeyi gezen ve sergilenen tüm küçük nesneleri fark eden ancak odadaki büyük fili fark etmeyen bir adamı anlattığı “Meraklı Adam” adlı hikayesinde bu ifadeyi kullanan ilk kişi olduğu kabul edilmektedir (Jerico, 2023). Amerika’da ise ilk kez 1952’de Charleston Gazette isimli gazetede yer alan bir alıntıda odadaki fil ifadesi kullanılmıştır. Bir deyim olarak ise bugün bilinen anlamıyla ilk kez 1984 yılında Typo ve Hasting tarafından yazılan “An Elephant in the Living Room: A Leader's Guide for Helping Children of Alcoholics - Salondaki Fil: Alkoliklerin Çocuklarına Yardım Etmek İçin Bir Liderin Rehberi” isimli kitabın adında kullanılmıştır (İlgüner, 2023).

2. ÖRGÜTLERE ÖZGÜ FİLLER

Örgütlerde odadaki filden bahsedildiğinde, örgütte kimsenin ele almak ya da tartışmak istemediği bariz bir sorun ya da risk kastedilmektedir. Böyle durumlarda pek çok çalışan, sorun sanki orada yokmuş gibi davranmakta ve yaklaşmakta olan büyük sorunla uğraşmak yerine başka konularla meşgul olmayı tercih etmektedir (Mapperson, 2011). Ancak, konuşulmamasına rağmen fil konusu bilinçli ya da bilinçsiz olarak çalışanlar arasındaki ilişkileri ve örgütsel işleyişi önemli düzeyde etkilemektedir (Frood, 2017).

Geçmişte olduğu gibi günümüzde de iş yerlerinde göz ardı edilen, hatta kasıtlı olarak kaçınılan, herkesin bildiği ancak üzerinde durulmayan tartışmalı durumlar ya da konular yaygın olarak görülmektedir. Ancak sorunun gözardı edilmesinin nedeni genellikle olası cezalardan korkulması ya da görmezden gelinirse kendiliğinden ortadan kalkacağı gibi yanlış bir düşünceden kaynaklanmaktadır (Osburn, 2018).

Bir örgütteki çatışmalar ve anlaşmazlıklar kendi başlarına odadaki fil anlamına gelmezler. Ancak bu çatışma ve anlaşmazlıklar konuşulmadığında bir file dönüşme potansiyeline sahiptirler (Wilson, 2020). Bir fil oluştuğunda konuyu ele almak ve üzerine gitmek, bir çalışan ya da yönetici için baş edilmesi gereken bir rahatsızlık hissi yaratmaktadır. Ancak onu görmezden gelmek varlığını ortadan kaldırmayacaktır. Er ya da geç filin harekete geçmesi ve birilerinin zarar görmesine neden olması muhtemeldir.

Yazarlar Hammond ve Mayfield, yayınladıkları bir kitapta “insanların ne hakkında konuştukları kadar ne hakkında konuşmadıklarına da dikkat edilmesi

gerektiğini ve bunun örgütsel başarı için genellikle gözden kaçan bir anahtar olduğunu” ifade etmektedirler. Ancak ne yazık ki örgütler genellikle fillerle yüzleşmek yerine (daha kolay olduğu için) görmezden gelmeyi tercih etmektedirler (Espinal, 2020). Çalışanlar “eminim bir başkası bu konuyu gündeme getirecek, ben de getirmek zorunda kalmayacağım” şeklinde düşündükleri için, filleri gündeme getirmeme eğilimi tüm örgüte kolayca yayılmaktadır (Riegel, 2019). Veya birileri bu konuda tam bir yorum yapacakken diğerlerinin konu hakkında kayıtsız kaldığını görerek vazgeçmekte (Öğüt, 2017) böylece yeni fillerin oluşmasına zemin hazırlamaktadır. Bu davranışın sebebi genellikle dışlanma korkusudur.

Bir örgütte çalışanlar dışlanma korkusu nedeniyle filleri görse ya da bilse de bunu kabul etmekten kaçınmakta, çözmeye çalışmamakta veya bir çözümün mümkün olmadığını varsaymaktadırlar (Wilson, 2020). Oysa fillerin konuşulmaması hem örgütte ekip çalışmasını engellemekte hem de yeni bakış açılarının kaybolmasına yol açmaktadır. Bu ise yenilik ve başarı hedefleyen herhangi bir işletme için oldukça riskli bir durum haline gelmektedir (Duncan, 2014). Dolayısıyla bu hassas konuları tanımlamakta ve açıkça tartışmakta özgür olunmadığı sürece, filler ortadan kalkmamaktadır (Galloway, 2014). Filler örgütte yer almaya devam ettiği müddetçe etkili bir örgütsel işleyişin sürdürülmesi oldukça zor olmaktadır (Bjorkman, 2013).

Örgütlerde sıkça görülebilecek fillere örnek olarak; çalışanlar veya ekipler arasındaki çatışmalar, yöneticilere duyulan güvensizlik, uygun olmayan bir süreç veya ürün, düşük performans gösteren bir personel, geri bildirim vermeyen bir yönetici ile bir konu hakkındaki büyük fikir ayrılıkları gösterilebilmektedir. Eğer ekip üyeleri arasında sığ tartışmalar, cevap arayan sorular, gruplaşmalar, sorunlu ilişkiler, başkalarının bakış açısını kabul etmeme, yüzeysel dinleme ve işletme amaçlarına karşı ilgisizlik gibi durumlar var ise orada fillerden bahsetmek mümkündür (EDG, 2017). Ayrıca filler kendilerini, yaklaştığı bilinen bir mali kriz (Sarens, 2023), asıl sorunların konuşulmadığı toplantılar, kimsenin tahammül edemediği yönetici, herkesin sorguladığı bir strateji veya başarısız bir şirket birleşmesi olarak da gösterebilmektedir (Jerico, 2023).

Örgütlerde sıkça rastlanan fillerden bazıları aşağıda kısaca açıklanmıştır:

2.1. Sorunlu Çalışan

Bir örgütte personelin ya da yöneticinin olumsuz bir özelliğinin olması, belli konularda hemen agresifleşmesi ve bu durumun örgüt iklimini bozması ve performansı düşürmesi durumu bir file örnek gösterilebilmektedir. Bu tür bir sorun genellikle çalışanın fikirleri dile getirme konusunda kendisini güvende

hissetmediği için göz ardı edildiğinden, çözüm için örgüt içinde güven ortamının inşa edilmesi ve açık iletişimin benimsenmesi gerekmektedir (Ash, 2015).

2.2. Görmezden Geline ve Takdir Edilmeyen Çalışan

Bir örgütte herhangi bir çalışanın görmezden gelinmesi veya takdir edilmediğini hissetmesi bir filin oluşmasına neden olabilmektedir. Çalışanlar gelişim gösterdiklerini ve bunun için fark edildiklerini ve takdir edildiklerini hissetmek için parasal ödüllerden daha fazlasına ihtiyaç duymaktadırlar. Bunu göremediklerinde ise şüphe ve hayal kırıklığından beslenen bir filin ortaya çıkması kaçınılmaz olmaktadır (Ash, 2015).

2.3. Bazı Çalışanlara Sağlanan Ayrıcalıklar

Riegel'e (2019) göre örgütlerde bazı durum ya da kişilere tanınan ayrıcalıklar birer fil olma potansiyeline sahiptir. Örneğin, erkeklerin fikir ve katkılarına kadınlara göre daha çok önem verilmesi, küçük çocukları olan kişilere esnek bir program uygulanırken diğerlerine uygulanmaması, çok zeki olmasına rağmen geç gelip erken çıkan bir çalışanın davranışlarına göz yumulması gibi konular birer fil adayı olarak görülmektedir.

2.4. Çalışanlar Arasında İletişimsizlik

Birçok örgütte, çalışma arkadaşlarının kendi aralarında saygı ve empati çerçevesinde net bir şekilde iletişim kuramaması genellikle ele alınması gereken bir fil olarak kabul edilmektedir (Katiyar, 2021). Yine örneğin bir toplantıda iki çalışan arasında mevcut olan gerginlik diğer kişiler tarafından açıkça görülüyorsa, durumdan kaynaklanan olumsuzluk gruptaki diğer kişiler tarafından da yine bir fil olarak hissedilebilmektedir (Misner, 2020). Bu gibi durumlarda genellikle hiç kimse iki ekip üyesi arasındaki düşmanlıktan veya bariz bir çatışmadan bahsetmemektedir (Zigarmi ve Diamond, 2023). Ancak bir türlü ele alınmayan bu tür uzun süreli çatışmalar başkalarına da sıçrayabilmekte ve filleri besleyen en önemli unsurlardan biri haline gelmektedir. Dolayısıyla en üst kademeden en alt kademeye kadar çalışanların birbirleri hakkında açık sözlü olmaması bir filin büyümesi için ideal bir ortam yaratmaktadır.

2.5. Yöneticinin Gücü

Örgütlerde üst yönetimin elinde bulundurduğu güç, onların yol açtığı sorunlara karşı sessiz kalınmasına neden olmaktadır. Örneğin yönetici tarafından alınan hatalı kararlar (Ramanathan, 2021) ve uygulanan yanlış stratejiler (Sarens, 2023), yöneticinin belirli çalışanlara ayrıcalıklı davrandığına

yönelik algı (Malone, 2016), yöneticinin tüm iş süreçleri mükemmelmış gibi davranması yani kayıtsızlık ve halinden memnun olma durumu (Bjorkman, 2013), sorunları ele almaya bir türlü fırsat bulamaması (Bowe, 2015), yöneticinin huysuzluğu ve asabiyeti ve buna bağlı olarak üst üste gelen hatalar ve örgüte hakim olan moral bozukluğu (Mapperson, 2011) ve buna bağlı oluşan örgütsel kayıtsızlık durumu, yöneticinin sahip olduğu gücün nasıl bir file dönüşebileceğine birer örnek olarak gösterilebilmektedir.

2.6. Örgütsel Kararlar

Özellikle çalışanların geleceğini ilgilendiren örgütsel kararlar potansiyel bir fil özelliği taşımaktadır. Örneğin gerçek de olsa bir söylenti de olsa yaklaşan bir işten çıkarma tehlikesi çalışanların dikkatini normal işlerden uzaklaştırabilmektedir. Böylece her iki durumda da herkesin orada olduğunu bildiği ve kimsenin gündeme getirmek istemediği bir fil ortaya çıkmaktadır (Bradt, 2013). Bir başka örnek ise şirketin bir başkası tarafından devralınması veya departmanın başka bir departmanla birleşme kararı ve bu sebeple işten çıkarılma korkusu bir fil olarak adlandırılabilir (Hood, 2016).

2.7. Rakipler

Bir örgüt için rakiplerin varlığı her zaman fillere dönüşebilecek bir potansiyele sahiptir. Halihazırda piyasada bulunan benzer rakipler, piyasanın çoğuna sahip olan büyük bir rakibin olması veya geçmişte benzer şirketlerin başarısız olması gibi konuşulmayan kötü örnekler birer örgütsel fil olarak kabul edilmektedir (Espinal, 2020).

2.8. Müşteri Kaybetmek

Müşteri kaybetmek pek çok işletme için bir fil özelliği taşımaktadır. Çünkü özellikle küçük ve orta ölçekli işletmeler bu durumun var olduğunu ve hatta nedenini de bilmektedirler. Ancak, bazı müşterilerle çalışmanın zor olabilmesi ve bunun yerine işin başka alanlarına odaklanmanın daha kolay olması bu durumu bilinen ancak konuşulmayan bir sorun haline dönüştürmektedir. Birçok işletme yeni müşteri kazanmaya mevcut müşterileriyle ilgilenmekten daha fazla değer vermektedir. Çünkü yeni müşteri daha fazla heyecan vermekte ve daha büyük bir fırsat gibi görünmektedir. Ancak çoğu zaman mevcut müşterilerin işletmeye sadece para kazandırmadığı aynı zamanda tekrar satış yapma ve başka ürünleri de satma fırsatı sunduğu ve işletmeyi başkalarına tavsiye ederek bir çeşit reklam aracı durumunda oldukları göz ardı edilmektedir (Mapperson, 2011).

3. FİLLERİN ÖZELLİKLERİ

Örgütte filleri tanımlama konusundaki başarısızlık, onların farkına varılmasını güçleştirmektedir. Ya da filler endişe verici veya rahatsız edici olduğu için çalışanlar bu filleri itiraf etmekten çekinmektedirler. Halbuki bir filin varlığını hissetmek önemlidir. Çünkü böylece harekete geçme zamanının geldiğini anlamak mümkün hale gelmektedir. Aksi takdirde ise filleri görmezden gelmek alışkanlık haline gelebilmekte ve bu durum fillerin örgütün bir gerçeği olarak kabul edilmesi ve kanıksanması ile sonuçlanabilmektedir (Wilson, 2020).

Her örgütte filleri fark etmenin kolay olduğunu söylemek mümkün değildir. Ancak onları anlamak ve özelliklerini bilmek onlara karşı mücadelede bir takım avantajlar sağlayabilmektedir. Aşağıda literatüre dayalı olarak örgütlerdeki fillerin bazı özellikleri sıralanmıştır (Bommelje, 2013; Brown, 2015a; Zilvold, 2016; EDG, 2017; Wilson, 2020):

- Filleri görmezden gelmek onları kendiliğinden ortadan kaldırmaz. Aslında, bir kez bir yuva bulduklarında uzunca bir süre orada kalma potansiyeline sahiptirler.
- Yavru filler zamanla büyüme eğilimindedir. Hatta ne kadar görmezden gelinirse, o kadar büyürler.
- Bir örgütte serbestçe dolaşmaya bırakılan bir fil beraberinde örgüte yeni filleri de getirebilir.
- Örgütlerde genelde birden fazla fil vardır ve bunlar birlikte hareket etme eğilimindedirler.
- Bütün filler aynı büyüklükte değildir. Örneğin bir çalışanın her gün 15 dakika erken çıkması nedeniyle oluşan bir fil mikro fil olarak görülebilecekken örgüt kültürüne zarar veren ve bunu inkar eden bir üst yöneticinin yol açtığı fil makro fil olarak adlandırılabilir.
- Filin adı konur konmaz ve onunla ilgilenilir ilgilenilmez, fil küçülür ve ortadan kaybolmaya başlar.
- Odada fillerin olması personel için motivasyon kırıcıdır ve üretkenlik ile anlamlı katkıların azalmasına neden olur.

Bu özelliklerin özellikle yöneticiler tarafından bilinmesi, örgütsel fillerin daha erken süreçte farkedilmesine ve onlarla mücadelede daha başarılı sonuçlar alınmasına katkı sağlamaktadır.

4. FİLLERİN ORTAYA ÇIKMA SEBEPLERİ

Büyük sorunlar hakkında konuşmak rahatsız edici olduğundan örgütlerde çalışanlar çoğunlukla bu konuları konuşmaktan kaçınmaktadırlar. Hatta çeşitli sebeplerle sorunların varlığını bile kabul etmeyebilmekte, kolay yolu seçebilmektedirler. Böyle durumlarda kaçınılmaz olarak örgütte filler ortaya çıkmaktadır. Kuşkusuz fillerin ortaya çıkmasının pek çok nedeni bulunmaktadır. Örneğin personelin bir başkasını kırmaktan, çatışma yaratmaktan, kötü görünmekten, kendisini riske atmaktan, başkalarını üzmemekten veya pişman olacağı bir şey söylemekten endişe etmesi bunlardan bazılarıdır. Bu gibi konular hakkında konuşmaktan kaçınmanın başlıca nedeni ise korkudur (Robbins, 2023).

Örgütsel filler genellikle iyi niyetlerden doğmakta ve büyümektedirler. Bunlar arasında gereksiz çatışmalardan kaçınma ve önemli ilişkileri sürdürme veya bir takım oyuncusu olarak görülme arzusu yer alabilmektedir (Harper ve Harper, 2013). Stutzman'a (2020) göre fillerin ortaya çıkma sebepleri olarak; kimseyi kırmak istememek, örgütteki fil hakkında nasıl konuşacağını bilmemek ve konuşmanın çatışmaya neden olacağından endişe etmek gelmektedir. Duncan (2014) ise çalışanların sivrilerek farklı görünmekten endişe etmesinin ve grup baskısından korkmasının filleri ortaya çıkardığını ileri sürmektedir. Team (2018) ve Misner'e (2020) göre ise filleri ortaya çıkaran en önemli sebep iletişimsizliktir. Yöneticiler ile işgörenler ve işgörenlerin kendi aralarındaki iletişimsizliği örgütteki filleri hızla beslemektedir. Sorunları hemen konuşmamak durumun daha da kötüleşmesine sebep olmaktadır. Argyris'e göre bazı kişiler endişe yaratacak birçok sebepten kaçınmak için belirli konuların file dönüşmesine göz yummaktadırlar (Riegel, 2019).

Ramanathan (2021) ise fillerin üç temel sebepten dolayı ortaya çıktığını savunmaktadır. Bunlar aşağıdaki gibi sıralanmaktadır:

1. *Düşman kazanmak istememek:* Pek çok kişi başkası aleyhine bir şey söyleyerek göze çarpmak ve düşman kazanmak istememektedir.

2. *Gereksiz tartışmalardan kaçınmak:* Tartışmaların fayda sağlamayacağı düşünülüyorsa, boş yere öne çıkmak ve zaman/enerji harcamak istenmemektedir.

3. *Uyum sağlamanın daha kolay olması:* Grubun genel görüşüne uymak ve başarıyı ya da başarısızlığı meslektaşlarla paylaşmak her zaman daha kolay kabul edilmektedir. Aksi durumda ise grup içinde tek başına kalma riski bulunduğundan çalışanlar kolay yolu seçmektedirler.

Kısaca çoğu zaman pek çok çalışan ilişkilerini ya da kendisini korumaya çalıştığı için kaçınma davranışı sergilemektedir. Bu ise kısa sürede filleri besleyen bir unsura dönüşmektedir (Wilson, 2020). Burada örgüt içinde

hissedilen şey bir çeşit psikolojik güvenlik eksikliğidir. Bir örnek vermek gerekirse; bir çalışan yöneticisinin adil davranmadığını düşünmektedir. Çünkü diğer çalışanların kendisinden daha iyi görevler aldığını görmektedir. Çalışan bunu diğer arkadaşları ile konuşur, onlar da bu durumun farkındadır ancak hiçbiri yöneticiyle konuşma cesaretini gösterememektedir. Çünkü bir çalışanın yöneticisiyle onun yanlış kararları hakkında konuşması gerçekten zordur. İşte burada fili ortaya çıkaran temel sorun güç yapıları ve psikolojik güven eksikliğidir (Chism, 2019).

Filleri ortaya çıkaran en önemli sebeplerden birisi de sorunların kendisi yerine sorunları konuşmanın ortaya çıkarabileceği potansiyel risklere odaklanmaktır. Bu durumda sessiz kalmanın ise maliyeti göz ardı edilmektedir. Halbuki susmanın maliyeti daha ağırdır (Robb, 2022). Sessiz kalmaya çalışmak için harcanan çaba ve olumsuz etkilenen performans düzeyi göz ardı edilmeyecek kadar önemlidir. Dolayısıyla çalışanların sesini yükseltmenin risklerini düşünmesi anlaşılabilir olsa da sesini çıkarmamanın maliyetlerini de göz önünde bulundurması gerekmektedir (Stutzman, 2020). Örneğin, bir çalışanla bir performans sorunu hakkında konuşmaktan kaçınılması durumunda, bu durumun sunulan hizmetlerin kalitesini etkileyebileceği ve örgüte zarar verebileceği de göz önünde bulundurulmalıdır.

5. FİLLERİN SONUÇLARI VE ETKİLERİ

Örgütlerde bir konu hakkında açıkça konuşma korkusu genellikle dedikodulara, pasif-agresif davranışlara ve kaçınmaya yol açmaktadır. Bu iletişim eksikliği, kötü kararlar alınmasına ve örgütsel büyümenin sekteye uğramasına yol açmaktadır (Stutzman, 2020). Gerçekten önemli filler görmezden gelinir ve tartışılmazsa bunun bir örgüt için çok ciddi yıkıcı sonuçları olabilmektedir. Böyle durumlarda fil büyümekte, büyüdükçe etkisi daha da büyük olmaktadır. Örneğin, bir kişi yöneticisine kızarsa ve bu kızgınlık bilindiği halde görmezden gelinirse, personel çabalarının takdir edilmediğini düşündüğü için ya üretkenliği azalacak ya da örgütten ayrılma kararı alacaktır (Robb, 2022). Dolayısıyla serbestçe dolaşmaya bırakılan bir fil, örgüte ve daha da önemlisi ilgili kişilere büyük zarar verebilmektedir. Bu hasarın bir kısmı hemen görülebilirken bazılarının ise hiçbir zaman görülme riski bile bulunmaktadır (Wilson, 2020).

Bu konuda asıl tehlike ise tartışılmayan sorunlar olduğunda zamanla bu fillerin varlığının da tartışılmaz hale gelmesi durumudur. Yani fillerin olduğu bilindiği halde onlar hakkında konuşmadıkça zamanla fillerin kanıksandığı ileri sürülmektedir (Malone, 2016). Ayrıca özellikle gerçek sorunların konuşulmadığı toplantılarda boşa harcanan zamanın yarattığı hayal kırıklığı,

genel olarak toplantılara, özel olarak da toplantıyı organize eden kişiye saygı duyulmamasına yol açmaktadır (DeLevie, 2016). Ele alınmayan böylesine önemli konular kafa karışıklığını beslemekte ve herkesin dikkatinin dağılmasına, başka bir şeyle meşgul olmasına ve hatta korkmasına neden olmaktadır. Bu duygular zamanı tüketmekte ve üretkenliği engellemektedir (Wolfe ve Bradberry, 2022).

2019 yılında dijital ortamda gerçekleştirilen bir ankete göre, fillerin çalışanlar üzerindeki etkileri arasında; tedirginlik, belirsizlik, kızgınlık, rahatsızlık, korku, endişe, kontrol kaybı ve dışlanma korkusu sayılmıştır (Wilson, 2020). Malone'a (2016) göre ise filleri konuşmaya karşı bir direnç gösterildiğinde zamanla örgütte güvensizlik, sınırlı üretkenlik, kopuk ilişkiler ve düşük kaliteli çıktılar görülmeye başlanmaktadır.

Bommelje'ye (2013) göre bir fil ile ilgilenmemenin sonuçları aşağıdaki gibi sıralanmaktadır:

- Büyük sorunlardan ve konulardan kaçınılır veya bunlarla ilgilenme düzeyi en aza iner.
- Toplantılar zaman kaybına dönüşür.
- “Gerçek” bir diyalog, tartışma veya fikir alışverişi olmaz.
- Çalışanlar gerçek sorunlardan kaçmaya başlar.
- Yüksek düzeyde ilgisizlik ve çok düşük düzeyde katılım ortaya çıkar.

Wilson'a (2022) göre bir fili göz ardı etmenin en basit ve doğrudan maliyetlerinden biri zaman kaybıdır. Bununla birlikte bir fil örgütte kendi haline bırakılırsa;

- Güvensizlik artar ve güven azalır.
- Ekip üyelerinin bağları kopar ve cesaretleri kırılır.
- Yaratıcılık ve yenilikçilik gelişemez.
- Devam eden stres çalışanların zihinsel ve fiziksel sağlığına zarar verebilir.
- Çalışanlar harekete geçmek yerine enerjilerini konuşmaktan kaçınmak için harcarlar.

Brown'a (2015a) göre ise ne kadar zor ve rahatsız edici olursa olsun, filler ele alınmalıdır. Eğer ele alınmazsa aşağıdaki dört durumun gerçekleşmesi muhtemeldir:

- Çalışanlar olumsuz durumların tolere edildiğini veya hoş görüldüğünü varsayacaktır.
- Olumsuz davranışlar başkaları tarafından kopyalanacaktır.
- Çalışanlar arası dinamikler çoğu zaman sağlıklı olmayacaktır.
- Yöneticiye duyulan saygı azalacaktır.

Sonuç olarak filler örgütlerde çözümsüz bırakıldığında insanların güvenini aşındıran, zaman kaybettiren, kaynakları tüketen, yetenekleri çalan ve fırsatların kaçırıldığı bir durum ortaya çıkmaktadır. Bir örgütsel fil ne kadar erken tespit edilip kontrol altına alınırsa, örgütün başarısı üzerindeki olumsuz etkileri o kadar azalmaktadır (Harper ve Harper, 2013). Çünkü sorundan kaçmak, etrafından dolanarak konuşmak ya da konuyu tartışırken laf cambazlığı yapmak durumu daha da kötüleştirmekten başka bir işe yaramamaktadır.

Literatürde örgütsel fillerin genel olarak olumsuz etkilerinden bahsedilse de Froot (2017) fillerin her zaman kötü olmadığını bunların bir dönüşüm sürecinin başlangıcı haline gelebileceğini iddia etmektedir. Filin varlığı her ne kadar olumsuz algılansa da kabul edildiğinde ve özenle ele alındığında değişimi, yeniliği veya cesur yeni vizyonların ortaya çıkmasını sağlayabilmektedir. Wilson'a (2022) göre cesurca bir filin üzerine gitmek üretkenlik, mutluluk ve refah üzerinde muazzam bir olumlu etkiye sahip olabilmektedir. TCC (2022) ise odada bir fil olduğunun farkına varmanın ve sorunu hızla ele almak için eyleme geçirilebilir adımlar atmanın, örgütsel etkinliğin artırılmasına yardımcı olacağını iddia etmektedir.

6. ÖRGÜTLERDE FİLLERİ ELE ALMA VE BAŞA ÇIKMA YOLLARI

Daha önce de bahsedildiği gibi herkesin düşündüğü ancak kimsenin tartışmak istemediği konular zamanla bir file dönüşebilmektedir. Mümkün olduğunca az filin ortaya çıkması için sorunları büyümeden kabul etmek ve onları erkenden ele almak hayati önem taşımaktadır (Team, 2018; Daskal, 2016; Osburn, 2018). Bu yüzden örgütteki fillerin belirtileri ne kadar düzenli olarak kontrol edilirse erken bir aşamada keşfedilme ve bir çözüm üretilme olasılıkları o kadar artmaktadır (Hood, 2016; Harper ve Harper, 2013). Örgütte bir fil varsa geç kalınmamalı, bir fil sürüsü ile mücadele etmek zorunda kalmadan bir an önce üstesinden gelinmelidir (İlgüner, 2023). Örneğin bu süreci hızlandırmak için toplantı gündemlerine birkaç dakika ekleyerek her toplantıda düzenli bir kontrol zamanı oluşturmak iyi bir yöntem olacaktır. Dolayısıyla ister doğrudan ister dolaylı olarak ele alınsın, fil olma potansiyeli olan bir konunun eninde sonunda değil, en kısa zamanda ele alınması gerekmektedir (Espinal, 2020).

Ancak bu sorunlarla örgütün dokusuna kalıcı bir zarar vermeden önce yüzleşmek yöneticilerin sorumluluğundadır (Wolfe ve Bradberry, 2022). Çünkü fillerle mücadele, güven ve açık iletişime değer verilen bir ortam oluşturması gereken yöneticilerle başlamaktadır (Galloway, 2014). Yöneticinin çalışanın gözünde itibarlı ve güvenilir olduğundan emin olunmalıdır. Yönetici, çalışanın güvенеbileceği ve bilgi paylaşımı konusunda çekingen davranmayan biri olarak

görülmalıdır (TCC, 2022). Hiçbir yönetici zayıf ve etkisiz görünmek istemez, ancak file dönüşebilecek sorunların zamanında ele alınmaması yöneticinin bu şekilde görünmesine yol açmaktadır (Osburn, 2018). Bu yüzden çalışanlar zorlu konuları ele alacak ve bunlara karşı tavır alacak cesur yöneticiler görmek istemektedirler.

Örgütte filler bazen tek bir çalışan ile ilişkiliyken bazen de bir grup ortamında var olabilmektedir. Bu iki durum iki farklı yaklaşım gerektirmektedir. Eğer fil bir bireyse (ya da bir bireyle ilişkiliyse), genellikle onunla kapalı kapılar ardında ve birebir bir görüşmede ilgilenmek daha doğru kabul edilmektedir. Ancak fil tüm grubu kapsayan veya grubu etkileyen bir özellik gösteriyorsa onu grubun katıldığı bir toplantıda gündeme getirmek daha doğru olacaktır (Brown, 2015a).

Dolayısıyla örgütte bir filin varlığı fark edilmişse, onu sadece fark etmenin değil, aynı zamanda adını koymanın ve ondan kurtulmak için sistematik eylemlerde bulunmanın zamanı gelmiş demektir (Bommelje, 2013). Fili ele almak için önce onu tanımlamalı, sonra da bu tanımlamaya göre hareket edilmelidir. Bunun için en etkili yol, file dönüşmekte olan konu ile ilgili samimi tartışmalar düzenlemektir (Katiyar, 2021). Filler hakkında konuşmak ve yapıcı bir diyalog geliştirmek (Riegel, 2019) onların gücünü azaltmaya başlamakta ve örgütte farkındalık yaratmaktadır (Frood, 2017).

Sarens'e (2023) göre odadaki fili ele almak ve onunla yüzleşmek çok zor ama bir o kadar da önemli bir konudur. Çünkü fili görmezden gelmek korku ve kızgınlığın hakim olduğu düşük moral, yüksek iş gücü devri ve üretkenlik eksikliğinin öne çıktığı bir örgüt iklimi ortaya çıkarmaktadır. Halbuki fili kabul edip onunla yüzleşmek çalışanların yöneticisine güven ve saygı duymasına yol açmaktadır. Ayrıca sorunlar doğrudan ele alındığında yaratıcı çözümler ve yeni fikirlerin de önü açılmış olacaktır.

Sonuç olarak karmaşıklık ve belirsizliklerin hakim olduğu örgütlerde fillerin ortaya çıkmasını tamamen engellemenin bir yolu yoktur. Ancak, örgüte zarar verebilecek yıkıcı güçler haline gelmelerine engel olmak da mümkündür. Aşağıda bunu başarabilmek için örgütlerde filleri ele alma ve onlarla mücadele ederek başa çıkma adımları sıralanmıştır. Bu adımların sıralaması örgütteki fillerin boyutuna ve örgüt için önemine göre değişiklik gösterebilmektedir. Ancak ilgili adımların kararlılıkla yerine getirilmesi fillerin yol açtığı olumsuz etkilerin ortadan kaldırılmasına katkı sağlayacaktır.

6.1. Filin Gerçek Olduğunu Doğrulama

Öncelikle ele alınacak konunun gerçek bir fil olup olmadığı kontrol edilmelidir. Çünkü bazen bir çalışan için sorun olabilen bir konu herkes için

olmayabilmektedir (Zilvold, 2016). Dolayısıyla önce örgütte bir filin gerçekten var olduğundan ve bir çeşit algı olmadığından emin olunmalıdır. Bunun için örneğin potansiyel olarak tedirgin edici bir konuyu daha büyük bir gruba açmadan önce, güvenilen bir veya iki kişiyle hızlı bir gerçeklik kontrolü yapılması ve bu kişilerin de aynı görüşe sahip olup olmadıklarının öğrenilmesi doğru bir başlangıç olacaktır. Böylece bu önemli adım çalışanları yanlış anlamamanın zararlarından koruyacaktır (Daskal, 2016). Özellikle çalışanlar farklı kültür ve geçmişlerden geliyorsa filler herkes tarafından aynı şekilde algılanmayabilmektedir. Filin gerçekliğini istişare etmek, onu ele almaya yardımcı olacak birkaç müttefik edinmeye de katkı sağlayacaktır (Livermore, 2022).

6.2. Fili Kabul Etme

Daha önce de belirtildiği gibi, örgütlerde birçok kişi fillerin zaten farkındadır ancak sorunu ele almak yerine etraftan dolaşmakta, ondan kaçınmakta ve fil yokmuş gibi davranmaktadır. Bu yüzden ne kadar zor ve rahatsız edici olursa olsun her örgütte fillerin ortaya çıkmasına neden olabilecek bir sorunun olabileceğini kabul etmek gerekir (Ash, 2015). Fil bir kez kabul edildiğinde artık onun hakkında konuşmak daha mümkün hale gelmektedir. Ayrıca bir yönetici fili kabul ettiğinde departmanında veya işletme genelinde olup bitenlere karşı duyarlı olduğunu göstermiş olmakta, sorunlarla yüzleşme cesaretine ve ortaya çıktıklarında sorunları ele alma istekliliğine sahip olduğunu ispatlamış olmaktadır. Bu da çalışanların stres ve endişelerini azaltmakta, sorunun hızlı bir şekilde çözülmesini kolaylaştırmakta ve örgütteki diğer olası filler veya gelecekteki potansiyel filler hakkında açıkça konuşmak için olumlu bir örnek oluşturmaktadır (Brown, 2015a).

Örgütte bir fil kabul edildiğinde file karşı bir psikolojik üstünlük elde edilmektedir. Bu durumda filin ortaya çıkardığı korku ve sorun algısı yavaş yavaş ortadan kalkmaya başlayacaktır. Çünkü bir sorun açıkça ortaya konulduğunda, çalışanlar tarafından tartışılabilir ve ele alınması daha kolay hale gelecektir (Osburn, 2018).

6.3. Filin Adını Koyma

Eski bir atasözü, bilgeliliğin başlangıcının her şeyi doğru isimleriyle çağırmak olduğunu söylemektedir (Duncan, 2014). Filin var olduğunu kabul ettikten sonra ona bir isim vermek gerekmektedir. Böylece bir sorun ile baş edebilmek için önce onun varlığı dile getirilebilmekte, örgüte ve çalışanlara (bilmeyenler için) duyurulabilmektedir (İlgüner, 2023). Bir kez filin adı konulduğunda, bu konuda açıkça konuşulabilmektedir (Bommelje, 2013). Bjorkman (2013) bir file

isim vermenin ve onu yazılı olarak tanımlamanın filin üstüne bir sahne ışığı yakmak gibi olduğunu söylemiştir. Böylece herkesin onu fark etmesi mümkün hale gelecektir.

Ancak filin adını koyarken de dikkat etmek gerekir. Örneğin “ekip içinde güvensizlik” konusunda bir filin adı konulacaksa ekibe doğrudan; “Hiçbirinizin birbirine güvenmemesi önemli bir sorun” demek çoğu örgütün çalışma iklimini bozma riski taşımaktadır. Bunun yerine daha makul bir ifade ile “Bu proje üzerinde çalışırken kullandığımız farklı yaklaşımların istemeden de olsa birbirimize olan güveni zedelediğini görüyorum” şeklinde bir ifade kullanılabilir (Livermore, 2022). Bu konuda Duncan (2014) ise tam aksine fili isimlendirmede lafı dolandırmamak gerektiğini ifade etmektedir. Buna göre otokratik hatta despot bir yönetici için “sert mizaçlı” şeklinde bir isimlendirme yerine kendisinin çalışanlar tarafından “zorba” olarak görüldüğünü ve bu tavrının çalışanların fikirlerini açıklayamamasına yol açtığını söylemenin daha doğru bir yaklaşım olduğu ifade etmektedir.

6.4. Doğru Zamanlama

Örgütte süregelen bir soruna dikkat çekilmek isteniyorsa bunun için en uygun zamanın seçilmesine dikkat edilmesi gerekmektedir (İlgüner, 2023). Çalışanların dile getirilen soruna daha güçlü bir şekilde odaklanabilmelerini sağlamak için örgütte dikkat dağıtıcı başka bir etkenin olmadığından emin olunmalıdır. İyi bir zamanlama, ilgili kişilerin soruna odaklanma, işbirliği yapma ve çözüme yatkın olma olasılığını artıracaktır (Daskal, 2016).

6.5. Sorunun Özüne İnme

Örgütlerde filler nadiren asıl meselenin kendisidir. Genellikle daha derin bir şeyin belirtisidir ve varlığı daha önemli bir şeyin gözden kaçmasına neden olabilmektedir (Livermore, 2022). Gözden kaçan şey, üstü örtülmüş bir gerginlik, tutarsız eylem ya da politikalar, önemli konularda fikir ayrılıkları ya da karşılıklı olumsuz duygular olabilmektedir (Zigarmi ve Diamond, 2023). Bu sebeple örgütteki filin tam olarak neyle ilgili olduğunu bilmek gerekmektedir. Temel sebep anlaşılmadığı sürece bir sorunun üstesinden gelmek zorlaşmaktadır. Asıl sorun anlaşılmazsa fillerin tekrar ortaya çıkma ihtimali artmaktadır. Gerçek sorunu anlayabilmek için sorunun derinlerine inmek gerekir. Sorunu temel düzeyde ele almak, onu ortadan kaldırmanın tek gerçek yolu kabul edilmektedir (Osburn, 2018).

6.6. Konuşma İçin Plan Yapma

Sorunu gündeme getirirken söze nasıl başlanacağını, ne söyleneceğini ve nasıl söyleneceğini önceden planlamak gerekmektedir (Brown, 2015a). Rahatsız edici veya tartışmalı bir konuyu gündeme getirmek genellikle duygularda yoğunluğa neden olmaktadır. Önceden hazırlanan somut bir plan, duygulardan sıyrılmak ve tartışmayı yönetmek için ihtiyaç duyulan zihin açıklığını korumaya yardımcı olmaktadır. İlk olarak, ne söylenmesi gerektiğine karar vermek ve bu önemli noktaları not almak gerekir. Bu durum, konuşmanın konu odaklı ve daha düzenli bir şekilde ilerlemesini sağlamaktadır (Zilvold, 2016).

Fil hakkında konuşma yapacak kişi kendine olan güvenini artırmak ve destek alabilmek için güvenilir ve eylem odaklı müttefikler de bulma yoluna gidebilmektedir. Müttefikler hem fikirleri doğrulama hem de destek için ihtiyaç duyulan gücü verebilmektedir. Duygu ve düşünceleri kontrol etmek için bu kişilerle ön görüşme yapılması ve daha sonra nasıl ilerleneceği ile ilgili istişareler yaparak bir plan ortaya konulması fayda sağlayacaktır (Zilvold, 2016; Bjorkman, 2013).

6.7. Niyeti Belirtme

Gerçek olduğu doğrulanan filler ile ilgili konuşmaya başlamadan önce çalışanlara iyi niyetle bu sorunun çözülmek istendiği konusunda net olunmalıdır. Genellikle bir sorunu gündeme getirmeye karar verildiğinde, bu çalışanlar tarafından bir tür tuzak olarak algılanabilir. Niyet olumlu bir şekilde açıklanmalı ve karşılıklı bir çözüme ulaşma arzusu vurgulanmalıdır (Robb, 2022). Bu tarz bir sorun çözülmek isteniyorsa, herkese rağmen sorunun çözülebileceğinden emin olunmalı ve etrafa sürekli bu olumlu mesaj verilmelidir (Öğüt, 2017).

Çalışanlar genellikle bu tür konuları tartışmaktan çekindikleri için olumlu niyet belirtmek önem arz etmektedir. Çünkü çalışanlar daha önce tartışılmamış bir konu hakkında konuşmanın sorun yaratabileceğinden endişe edebilmektedirler (Stutzman, 2020). Niyet önemlidir çünkü örneğin anlama niyeti azarlama niyetinden farklıdır. Davranışı düzeltme niyeti cezalandırma niyetinden farklıdır (Chism, 2019). Bu yüzden olumlu niyet belirtmek zor bir konuyu tartışmak için psikolojik açıdan güvenli bir ortam oluşmasına katkı sağlamaktadır. Bu da farklı bakış açıları hakkında verimli bir konuşmayı mümkün kılmaktadır (Zigarmi ve Diamond, 2023).

6.8. Fikir Alma

Sorunu çözmek için bir dizi alternatif hazırlanmış olsa bile, fil kabul edilip tanımlandıktan sonra, sorunun nasıl çözüleceğine dair ekip üyelerinden fikir

alınmalıdır. Yönetici önce kendi potansiyel çözümlerini sunma yanılığına düşerse diğer çalışanlar fikirlerini sunmakta isteksiz olabilir ve bu da çalışanların sürece olan değerli katkılarından mahrum kalmaya yol açabilmektedir (Brown, 2015a). Halbuki fil ile nasıl başa çıkılacağı konusunda ne kadar çok fikir olursa o kadar iyidir (Bommelje, 2013). Fil ile başa çıkmak için üretilen çözümler bir kişi tarafından değil de tüm ekibin katılımı ile ortaya konduğunda, ekip üyelerinin çözüme katılma isteği daha fazla olacaktır.

6.9. Konuyu Kişiselleştirmeme

Konuşmanın herhangi bir kişi ile ilgili değil, sorunun kendisi ile ilgili olmasına dikkat edilmelidir (Malone, 2016). İnsanların duyguları vardır. Bu yüzden insanları değil olguları ve davranışları tartışmak daha doğru olacaktır. Konuşmaya kişilik ya da değer yargıları karıştırılmadığında paylaşılan bir sorunu tartışmanın çok daha kolay olduğu unutulmamalıdır. Gerçeklere, davranışlara ve bunların örgüte olan etkisine odaklanılırsa çalışanların doğrudan savunmaya geçme içgüdüğü de azaltılmış olacaktır (Stutzman, 2020).

Osburn'a (2018) göre çalışanları fili üretmekle suçlamamalı, bunun yerine yöneticiler sorumlulukları gereği fili sahiplenmeli ve onu ortadan kaldırmaya odaklanmalıdır. Yöneticiler gözlemlerini yargılamadan açıklamalıdır. Böylece sadece sorun üzerinden bir tartışma zemini açılabilmektedir. Çünkü örgütteki bir fili gündeme getirmek ve tanımlamaktaki amaç, katılımcılardan herhangi birini utandırmak veya küçük düşürmek değildir. Fil tartışılırken insanlar ne kadar rahat olursa, düzeltici önlemlerin önünün açılması olasılığı o kadar artmaktadır.

6.10. Açık Sözlü ve Dürüst Olma

Fil, doğrudan, açık yüreklilikle ve detaylarıyla gündeme getirilmelidir. Hoşa gitmese de rahatsız edici de olsa her zaman açık sözlü olmak gerekmektedir (İlgüner, 2023). Konunun küçük detaylarının bile etrafından dolanmak ve muğlak bir dil kullanmak sadece fili çevreleyen gerilimi devam ettirmeye yarayacaktır. Doğru ve dürüst olmak, başkalarının algılarını yönetmeyi ve filin söylentilerle çarpıtılmasını ve yanlış yorumlamaları önlemeye yardımcı olmaktadır. Sorunları ele alan yöneticilerin doğrudan, dürüst ve samimi olması çalışanlardan saygı görmesine ve onların güvenini kazanmasına yardımcı olmaktadır (Wolfe ve Bradberry, 2022; Sarens, 2023).

6.11. İletişime Fırsat Tanıma

Fili ele alırken konuyu tartışmaya açık tutmak ve çalışanların tartışmaya katılmasını cesaretlendirmek gerekmektedir. Herkesin fikrini rahatça

söyleyebileceği bir ortam oluşturulmalıdır (İlgüner, 2023). Çünkü çalışanların da örgütteki fil ile ilgili pek çok endişesi olabilir ve bunları dile getirebilmeleri gerekmektedir. Örneğin filin kapsamlı bir tanımını yapmak, görüşmenin yanlış bilgilerin tekrarlanmasına dönüşmek yerine ilerlemeye devam etmesini sağlayacaktır. Ekip üyelerinden konuyla ilgili görüşlerini ve endişelerini paylaşımlarını istemek, onların bakış açılarının dikkate alındığını gösterir ve sorunun çözümünde bir birlik ortamı yaratılmasına katkı sunar. Bu açık forum yaklaşımı, grubun bir zamanlar endişe verici olan bir konuyu tartışmasına olanak tanımaktadır (Wolfe ve Bradberry, 2022). Bu yüzden herkese fili ve mevcut durumu nasıl gördüğü hakkında konuşma özgürlüğü verilmeli, bu konuda konuşmaya teşvik edilmelidir. Çalışanların birbirlerine karşı açık olacakları ve bakış açılarını paylaşma konusunda kendilerini rahat hissedecekleri bir atmosfer oluşturulmalıdır (Daskal, 2016; Ash, 2015; Zilvold, 2016). Kısaca örgütte çalışanların fil hakkında açıkça konuşabilmeleri güvence altına alınmalıdır (Duncan, 2014; EDG, 2017; Arnold, 2020).

Bir diğer önemli husus da önyargıları veya varsayımları bir kenara bırakarak, çalışanların söyleyeceklerini gerçekten dinlemektir (Crawford, 2015). Bu, masaya yeni fikirlerin ve bakış açılarının gelmesine yardımcı olmaktadır. Böylece çalışanlar duyulduklarını ve anlaşıldıklarını bilecekleri için aynı zamanda bir güven ortamı da oluşmaktadır (Sarens, 2023).

Sonuç olarak örgütte bir fil olduğunda gerçekten yapılması gereken şey, karar vermeden önce herkesin birbirini dinlemesi ve anlamasıdır. Bu yapıldığında, aynı zamanda çalışanların da yöneticilerini dinlemesi için gerekli koşullar sağlanmış olacaktır (Stutzman, 2020). Ancak dikkat edilmesi gerek nokta şu ki yöneticiler fil hakkındaki görüşlerini sona bırakmalıdır. Yöneticilerin diğer çalışanlar konuşana kadar kendi fikirlerini veya tercih ettikleri hareket tarzını belirtmekten bilinçli olarak kaçınmaları gerekir. Çünkü eğer bir yönetici görüşme esnasında belirli fikir ya da davranıştan yana tavır koyarsa orada yeni fil ya da fillerin ortaya çıkma potansiyeli artmaktadır.

6.12. Çözüm İçin Hazırlık Yapma

Sorun ele alınırken ve çözüm önerisi hazırlanırken acele etmeden iyi bir hazırlık yapmak önemlidir. Bu gibi sorunlar muhtemelen daha önce defalarca kez ele alınmış olduğundan ve zaten çalışanlar çözümün mümkün olmadığına inandıklarından bu konuda daha da dikkatli olunmalıdır. Ancak acele ve iyi hazırlanmamış bir çözüm önerisi ortaya konulursa bir daha çalışanları çözüme ikna etmek mümkün olmayabilmektedir. Bu yüzden mümkün olduğu kadar bütün paydaşlarla fikir alışverişinde bulunmakta fayda vardır (Öğüt, 2017).

Sorunu çözme sürecine başlamadan önce çeşitli alternatif çözüm yolları oluşturulmalı ve sunulacak her bir alternatifin avantajları ve dezavantajları belirlenmelidir (Brown, 2015a). Bu süreçte mümkün olduğunca çalışanlarla maksimum seviyede etkileşimde bulunmak ve birlikte beyin fırtınası yapmak gerekir. Bu yüzden çalışanları aktif bir şekilde dinlemek, çalışanın uygulanabilir fikirlerini pekiştirerek daha da ileriye götürmek gerekir. Eğer çalışanlar işe yarar ve uygulanabilir çözümler geliştirirse, bu durum yönetici tarafından sunulan çözümlere oranla daha fazla katılım ve desteğe yol açacaktır (Brown, 2015b). Ancak her zaman soruna değil çözüme odaklanılması gerektiği unutulmamalıdır. Çünkü sürekli soruna odaklanmak soruna bir çözüm bulma şansını azaltmaktadır. Bu yüzden sorun ele alındıktan sonra olası çözümler için bir liste hazırlamak ve listeyi uzatmaya çalışmak çözüme odaklanmayı kolaylaştırmaktadır (Misner, 2020).

6.13. En İyi Çözüm Üzerinde Anlaşma

Fili ortadan kaldırmak için olası çözümler tartışıldıktan sonra, en iyi hareket tarzına karar verilmeli yani en iyi ve en uygun çözüm üzerinde anlaşmaya varılmalıdır (Bommelje, 2013). Ancak ekibin sadece en iyi çözümün ne olduğu konusunda değil, kimin ne yapacağı ve ne zaman yapacağı konusunda da anlaşmasını sağlamak gerekmektedir. Ekip üyelerinden planı destekleyeceklerine ve örgütü filden kurtarmak için gerekli adımları atmaya kararlı olduklarına dair taahhüt alınmalı ve anlaşma sağlanmalıdır (Brown, 2015a).

Ayrıca yöneticiler, herkesin üzerinde anlaştığı planın başarılı olacağına ve filin ortadan kaldırılabileceğine dair ekibe güven de aşılamalıdır (Ash, 2015). Amy Edmondson'a göre bu tür durumlarda sadece herkese konuşmasını söylemek ya da insanlara örgütün güvenli bir yer olduğunu söylemek yeterli değildir. Çalışanlara güven duyulduğunu gösteren ve sorunlar hakkında özgürce konuşmayı destekleyen bir liderlik sergilemek (Livermore, 2022) ve sorunun çözümünde başarılı olmak için çalışanlara her türlü desteğin verileceğini vurgulamak da gerekmektedir (Brown, 2015b).

6.14. Eyleme Geçme

Konu etraflıca masaya yatırıldıktan sonra eylem adımlarına geçilmelidir. Sonraki adımları belirlemek insanlara çözümün ufukta olduğunu bilmenin rahatlığını verecek ve örgütü daha da iyi hale getirecek olmanın gururunu yaşatacaktır (Malone, 2016). Bir konuyu gündeme getirmenin maliyeti ile sessiz kalmanın maliyeti karşılaştırıldığında, genellikle konuşmama riskinin daha

büyük olduğu görülmektedir. Bu fark edildiğinde, harekete geçme zamanı gelmiş demektir (Stutzman, 2020).

Eyleme geçmenin koşulu da ekip ile birlikte adım atmaktır (Bommelje, 2013). Örgütteki fili kovmak için önce örgütteki diğer çalışanların desteğini almayı başarmak gerekmektedir. Çünkü filler genellikle tek başına bir yöneticinin kovamayacağı kadar büyük olmaktadır. Bazen insanların bakış açısı çözümün önündeki en büyük engel olabilmektedir. Bu yüzden farklı bakış açılarına sahip diğer çalışanlarla işbirliği yapılmalıdır. Bu süreçte ekipteki herkesin olumlu katkıda bulunduğu ve diğerlerini baltalamadığından emin olunmalıdır (Ash, 2015).

6.15. Gerekirse Yardım Alma

Büyük sorunlar genellikle uzun süre ele alınmadan kalmışlardır. Belki de bir konu hakkında daha önce konuşma denenmiş ancak başarılı olunamadığı için konuyu tekrar gündeme getirme korkusu daha da artmış olabilir. Böyle bir durumda filin örgüt içinde üstesinden gelinemeyecek kadar büyük olduğu düşünüldüğünde, eğitilmiş bir koç, kolaylaştırıcı veya arabulucu ile anlaşmak faydalı olabilmektedir. Dışarıdan üçüncü kişilerden yardım almak, daha farklı bir bakış açısıyla doğru soruların sorulmasına zemin hazırlayarak herkesin birbirini daha iyi dinlemesine ve anlamasına yardımcı olabilecektir (Stutzman, 2020).

6.16. Kapanışı İyi Yapma

Bir olayla ilgili anılar ve algılar, süreçte neler yaşandığından çok duygunun doruğa ulaştığı an ve olayların nasıl sona erdiği ile şekillenmektedir. Fil hakkındaki bir görüşme sona ermeden önce, filin tüm yönlerinin tartışıldığından ve herkesin eldeki konuyu anladığından emin olunmalıdır. Ardından sorunun ileride nasıl ele alınacağına dair birlikte bir plan yapılmalıdır. Bu aşamaya kadar tüm sorunlar ele alındığı ve sonraki adımlar netleştiği için insanlar tartışmadan emin olarak ayrıldıklarında, filin örgütte dikkat dağıtmaya devam etmesi pek olası değildir. Örgütteki fil ile ilgili tartışma zorlu bile geçmiş olsa, iyi bir kapanış yapmak herkese ileride daha parlak günler olacağına dair güven verecektir (Wolfe ve Bradberry, 2022).

Son olarak, herkes çözüm konusunda nasıl ilerleneceği ile ilgili hemfikir olduğunda ve fil örgütten çıkarıldığında, kapanış zamanı gelmiş demektir. Her şeyin söylendiğinden ve nasıl ilerleneceği konusunda herkesin net olduğundan emin olunmalı, katılımcılara katkıları için teşekkür edilmeli ve önemli bir öğrenme deneyimine katkıda bulundukları vurgulanmalıdır (Zilvold, 2016).

6.17. Sonuçları İzleme

Her konuda olduğu gibi fillerle mücadele amaçlı atılan adımların sonuçlarının da izlenmesi gerekir. Çalışanlar sorunun çözümündeki rolünü üstlendikten sonra, bir takip stratejisi oluşturulmalıdır. Yönetici ve çalışanların ilerlemeyi nasıl ve ne zaman gözden geçireceği açıkça belirlenmelidir. Kontrol toplantıları için belirli tarihler planlanmalıdır. Yönetici, ne kadar küçük olursa olsun her türlü gelişmeyi ve ilerlemeyi takdir etmelidir (Brown, 2015b). Zor seçimler yapan, yani fillerle yapıcı bir şekilde ilgilenen kişiler ödüllendirilmelidir. Çünkü böyle yapmak örgütün sorunu ele almaya ve durumu iyileştirmek için somut adımlar atmaya kararlı olduğunu göstermektedir (Sarens, 2023; Ash, 2015).

Görüldüğü gibi örgütlerde filleri ele almak ve onunla başa çıkmak için birçok adımı içeren kapsamlı bir mücadele şarttır. Bu adımların atılması ele alınan fillerin etkisinin azalması ya da ortadan kalkmasına yardımcı olmaktadır. Ancak yukarıdaki adımlardan hiçbirisinin tek başına sonuç almayı sağlayacak ve tek seferlik yaklaşımlar olmadığı unutulmamalıdır. Fakat bu stratejilerin birlikte tekrar tekrar kullanılmasının fillere bağlı zorlukların etkisini azalttığı pek çok yazar tarafından kabul edilmektedir (Chism, 2019).

SONUÇ

Başarılı örgütler, içerisinde hiçbir sorun veya çatışmanın olmadığı yerler değildir. Ancak örgütler bu çatışmaları yönetme ve sorunlarla yüzleşme gücüne bağlı olarak büyür ve gelişirler. (Wilson, 2020) Çalışanları sorunlarla yüzleşmeye ve onları dile getirmeye teşvik etmek, örgütün uzun vadede hayatta kalmasına ve refahına katkı sağlamaktadır (Ramanathan, 2021).

Çoğu toplumda “Söz gümüşse sükût altındır” anlamına gelen bir çok ifade sıklıkla kullanılsa da örgütlerde sessizliğin yaygın olması beraberinde daha büyük sorunlara yol açma potansiyeline sahiptir. Örneğin bir çatışma, karışıklık veya büyük bir problem olduğunda bunların konuşulmaması ve görmezden gelinmesi örgüt iklimine, örgüt misyonuna ve kârlılığa ulaşma hedefine ciddi zararlar verebilmektedir. Çünkü bu sorunların konuşulmaması sorunların büyümesine, örgüt kültürünü aşındırmasına ve gerçek örgütsel önceliklere tam olarak odaklanılamamasına yol açmaktadır (EDG, 2017).

Bir sorunu ele almama riski bazen bir örgüt için en büyük risk olabilmektedir. Sorunları sürekli olarak halının altına süpürmek, ilerlemeye çalışırken örgütü engelleyen bir tümseğe dönüşebilmektedir (Osburn, 2018). Halbuki gerçekte, çoğu zaman söylenenler kadar söylenmeyenlerden de öğrenilecek çok şey vardır (Duncan, 2014). Ki çoğu pişmanlık genellikle

söylenenlerle değil söylenmeyen ya da yapılmayan şeylerle ilgilidir (Robbins, 2023).

Ancak buna rağmen örgütlerde “odadaki fil” olarak ifade edilen ve herkesin bildiği ama dile getirmekten kaçındığı sorunlara sık rastlanmaktadır. Konu ile ilgili pek çok çalışma, çalışanların önemli sorunları konuşmaktan rahatsız olduklarını göstermektedir. Ancak Gallup isimli danışmanlık şirketinin yakın zamanda yaptığı bir araştırma, sorunlu konuların derhal ele alınması gerektiğini aksi takdirde bu durumun örgüt kültüründen çalışan bağlılığına kadar pek çok konuyu doğrudan etkileyebileceğini öne sürmektedir (TCC, 2022).

Birçok örgüt yöneticisi pek çok farklı nedenden dolayı zor konuşmalar yapmaktan kaçınmaktadırlar. Ancak böylesi durumlar yöneticiler için önemli bir başarı testidir. Çünkü yönetilemeyen olumsuz duygular daha büyük sorunlara yol açma potansiyeline sahiptir. Bu yüzden özellikle yöneticilerin örgütteki fillerin çalışan bağlılığını azaltacak ve yetenekli çalışanları örgüt dışına itecek kadar büyümesine izin vermemesi gerekir. Hatta bununla kalmayıp başka yabancı fillerin içeri girmesini de engellemenin yollarını aramalıdır (Zilvold, 2016).

Sonuç olarak, herkes tarafından bilindiği halde konuşulmayan, göz ardı edilen ve bu yüzden birer file dönüşen örgütsel sorunlar hiç vakit kaybetmeden ele alınmalı, adı konularak topyekün bir mücadele ile etkisiz hale getirilmelidir. Ancak böyle yapıldığında fillerin örgüte kalıcı hasarlar vermesinin önüne geçilebilecektir. Bunu başarmak için ise bir önceki bölümde sıralanan fillere mücadele adımları sistematik ve istikrarlı bir şekilde atılmalı ve kovulan fillerin bir daha örgüte geri dönemeyeceği bir örgütsel mekanizma kurulmalıdır.

REFERANSLAR

- Arnold, K. (2020). *The best way to deal with “unspoken” team problems.* <https://extraordinaryteam.com/unspoken-team-problems/> adresinden 30 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
- Ash, E. (2015). *Is there an elephant in your workplace?.* <https://www.smartcompany.com.au/people-human-resources/is-there-an-elephant-in-the-workplace/> adresinden 27 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
- Bjorkman, P. (2013). *There is an elephant in the office.* <https://peterbj.com/?p=374> adresinden 27 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
- Bommelje, R. (2013). *Better listening = better leadership.* <http://www.listeningpays.com/how-to-deal-with-the-elephant-in-the-room/> adresinden 20 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
- Bowe, P. (2015). *How to safely remove an elephant from a room.* <https://www.elephantcapability.com/team-effectiveness/how-to-safely-remove-an-elephant-from-a-room/> adresinden 26 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
- Bradt, G. (2013). *How leaders can address the elephant(s) in the room.* <https://www.forbes.com/sites/georgebradt/2013/08/07/how-leaders-can-address-the-elephants-in-the-room/?sh=5d2e2a2e5660> adresinden 20 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
- Brown, M. (2015a). *Don't ignore the elephant in the room.* <https://www.melbrown.org/elephant-in-the-room/> adresinden 20 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
- Brown, M. (2015b). *Equip individuals and organizations to accomplish their visions.* <https://www.melbrown.org/equip-individuals-and-organizations-to-accomplish-their-visions/> adresinden 27 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
- Chism, M. (2019). *The undiscussables: How to address the elephant in the room.* <https://corp.smartbrief.com/original/2019/03/undiscussables-how-address-elephant-room> adresinden 27 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
- Crawford, H. (2015). *How to handle the elephant in the room during a meeting.* <https://www.linkedin.com/pulse/how-handle-elephant-room-during-meeting-hallie-crawford> adresinden 25 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
- Daskal, L. (2016). *How to deal with an elephant in the room.* <https://www.lollydaskal.com/leadership/how-to-deal-with-the-elephant-in-the-room/> adresinden 20 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.

- DeLevie, R. (2016). *Communicating hard truths - Addressing the elephant in the room*. <https://www.cellainc.com/insights/blog/communicating-hard-truths-addressing-the-elephant-in-the-room/> adresinden 25 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
- Dinç, M. (2017). *Odadaki fil*. <https://gencdergisi.com/11417-odadaki-fil.html> adresinden 27 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
- Duncan, R.D. (2014). *Is there an elephant in the room name it and tame it*. <https://www.forbes.com/sites/rodgerdeanduncan/2014/10/14/is-there-an-elephant-in-the-room-name-it-and-tame-it/?sh=6552f18834dd> adresinden 20 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
- Espinal, C.E. (2020). *Get your elephant in the room under control*. <https://cee.medium.com/get-your-elephant-in-the-room-under-control-1cb02822512f> adresinden 25 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
- Exponential Development Group (EDG) (2017). *The elephant in the room*. <http://www.effortexperts.com/blog/the-importance-of-the-elephant-in-the-room/2017/9/25> adresinden 20 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
- Frood, J. (2017). *Embracing the elephant in the room*. <http://www.horizonleadership.ca/blog/category/embracing-the-elephant-in-the-room> adresinden 20 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
- Galloway, D. (2014). *Are there elephants in the room? Is anything undiscussable?*. <https://www.continuousmile.com/leadership/elephants-in-the-room-undiscussable/> adresinden 27 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
- Harper, P.S. ve Harper, D.S. (2013). *How To Take Control of the “Elephant in the Room”*. <https://businessadvance.com/the-harper-report/take-control-of-the-elephant-in-the-room/> adresinden 20 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
- Hood, S. (2016). *How to address the elephant in the room at your next business meeting*. <https://www.cornerstonedynamics.com/how-to-address-the-elephant-in-the-room-at-your-next-business-meeting/> adresinden 20 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
- İlgüner, M. (2023). *Odadaki fil*. <https://www.ekonomim.com/kose-yazisi/odadaki-fil/680692> adresinden 27 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
- Jerico, P. (2023). *The elephant in the room: Strategies for facing fears and insecurities*. <https://english.elpais.com/society/2023-06-09/the-elephant-in-the-room-strategies-for-facing-fears-and-insecurities.html> adresinden 26 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.

- Katiyar, V. (2021). *How addressing the elephant in the room can be highly productive.* <https://www.linkedin.com/pulse/how-addressing-elephant-room-can-highly-productive-vimal-katiyar/> adresinden 27 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
- Livernore, D. (2022). *How to talk about the elephant in the room.* <https://www.management-issues.com/opinion/7449/how-to-talk-about-the-elephant-in-the-room/> adresinden 25 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
- Malone, P. (2016). *Can we talk about the elephant in the room?.* <https://www.td.org/magazines/the-public-manager/can-we-talk-about-the-elephant-in-the-room> adresinden 20 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
- Mapperson, R. (2011). *There's an elephant in the room, do you see it?.* <https://dynamicbusiness.com/topics/news/elephant-in-the-room-business-3112011.html> adresinden 20 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
- Misner, I. (2020). *How to network with the elephant in the room.* <https://ivanmisner.com/how-to-network-with-the-elephant-in-the-room/> adresinden 20 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
- Osburn, J.J. (2018). *The elephant in your office: how to solve your unspoken workplace problems.* <https://news.clearancejobs.com/2018/10/29/the-elephant-in-your-office-how-to-solve-your-unspoken-workplace-problems/> adresinden 25 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
- Öğüt, C. (2017). *Odadaki fili kovmak.* <https://www.linkedin.com/pulse/odadaki-fili-kovmak-cahit-ogut/?originalSubdomain=tr> adresinden 27 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
- Ramanathan, K. (2021). *Elephant in the room' and other corporate stories.* <https://www.linkedin.com/pulse/elephant-room-other-corporate-stories-krishnakumar-ramanathan> adresinden 20 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
- Riegel, D.G. (2019). *How to bring up the elephant in the room without losing your courage (or your job).* <https://www.inc.com/deborah-grayson-riegel/how-to-bring-up-elephant-in-room-without-losing-your-courage-or-your-job.html> adresinden 20 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
- Robb, G. (2022). *5 crucial tips for addressing the elephant in the room.* <https://www.gra.uk.com/blog/5-crucial-tips-for-addressing-the-elephant-in-the-room> adresinden 20 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
- Robbins, M. (2023). *The elephant in the room.* <https://mike-robbins.com/the-elephant-in-the-room/> adresinden 25 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.

- Sarens, G. (2023). *The elephant in the room*. <https://www.ambits.eu/insights/the-elephant-in-the-room> adresinden 20 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
- Stutzman, E. (2020). *How to talk about the elephant in the room*. <https://achievecentre.com/blog/how-to-talk-about-the-elephant-in-the-room/> adresinden 20 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
- Tarrant County College Office (TCC) (2022). *Three ways to confront the elephant in the room*. <https://corporate.tccd.edu/three-ways-to-confront-the-elephant-in-the-room/> adresinden 26 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
- Team, W. (2018). *Are you ignoring the elephant in the (change) room*. <https://change.walkme.com/ignoring-elephant-change-room/> adresinden 20 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
- Thea, A. (2020). *7 Steps for effective communication to tackle the 'elephant in the room'*. <https://www.yourtango.com/experts/annatheafabricius/effective-communication-tackling-elephant-room> adresinden 26 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
- Wilson, S.N. (2020). *The elephant in the room isn't who or what you think it is*. <https://sarahnollwilson.com/blog/the-elephant-in-the-room-isnt-who-or-what-you-think-it-is/> adresinden 25 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
- Wilson, S.N. (2022). *Does your workplace have an elephant in the room*. <https://sarahnollwilson.com/blog/does-your-workplace-have-an-elephant-in-the-room/> adresinden 20 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
- Wolfe, N. ve Bradberry, T. (2022). *How to address the elephant in the room*. <https://www.talentsmarteq.com/articles/how-to-address-the-elephant-in-the-room/> adresinden 20 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
- Zigarmi, L. ve Diamond, J. (2023). *How to talk with your team about the elephant in the room*. <https://hbr.org/2023/01/how-to-talk-with-your-team-about-the-elephant-in-the-room> adresinden 20 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
- Zilvold, F. (2016). *How to deal with an elephant in the room*. <https://www.zilvold.com/how-to-deal-with-an-elephant-in-the-room/> adresinden 26 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.

87. Bölüm

Geleneksel Ekolojik Bilgi Bağlamında Yörük Yurtları (Burdur İli Örneği) ¹

Evren EKİZ ²

¹ Bu çalışma “Kültürel Coğrafya Açısından Bir Araştırma: Burdur İli Yörükleri” adlı doktora tezinden üretilmiştir. Çalışmanın tek yazarı olarak yayımlanması için kendi haklarından feragat eden doktora tez danışmanım Prof. Dr. Hakkı YAZICI’ya şükranlarımı sunarım.

² Arş. Gör. Dr.: Afyon Kocatepe Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Türkçe ve Sosyal Bilimler Eğitimi Bölümü. eekiz@aku.edu.tr ORCID No: 0000-0003-3701-9955

ÖZ

Yerleşme tarihi M.Ö. 7000 yılına kadar uzanan Burdur ili aynı zamanda Yörüklerin yaşadığı ve göçer faaliyetlerde bulunduğu alanlardan birini oluşturmaktadır. Bu çalışmada Yörüklerin yaşam alanı olarak kullandığı ya da kullanmak istediği yurtlar, göç güzergâhları ve otlatma alanlarının nasıl belirlendiğinin ortaya konulması amaçlanmıştır. Bunun yanında Yörükler tarafından kullanılan mesken ve eklentilerinin konumlandırılması sırasında dikkat edilen hususlara da değinilmiştir. Çalışma, nitel araştırma yaklaşımlarından etnografik araştırma desenine göre hazırlanmıştır. Çalışmada kullanılan verilerin temini için örneklem olarak belirlenen yerleşmeler ve çalışma grubunu kapsayacak şekilde üç farklı safhada, dört mevsim ve yaklaşık olarak iki yıllık bir zaman diliminde saha çalışmaları gerçekleştirilmiştir. Bu çalışmalar sırasında katılımcı gözlemler ve görüşmeler de yapılmıştır. Böylece çalışmada kullanılan verilerin büyük kısmı temin edilmiştir. Elde edilen veriler içerik analizi tekniği ile öncelikle anlamlı bütünler halinde kodlanmış, kendi içinde kategorize edilerek temalar oluşturulmuştur. Oluşturulan temalar başlıklar halinde, kodlamalar ise bu başlıklar altında metin şeklinde verilmiştir. Ayrıca doğrudan alıntılarla da desteklenmiştir. Araştırma neticesinde Yörüklerin yaşadıkları çevre ile sıkı bir etkileşim halinde oldukları ve bu doğrultuda diğer insanlar tarafından çok az tercih edilen alanları yaşanılabilir yerler haline dönüştürdükleri görülmüştür. Bu süreçte ata mirası geleneksel ekolojik bilgiler ile kendi tecrübelerinden faydalandıkları tespit edilmiştir. Bununla birlikte sahada Yörük yaşam biçimine olan ilginin giderek azaldığı, buna bağlı olarak geleneksel ekolojik bilgilerin de daha az kullanılmaya başlandığı görülmüştür. Bu nedenle bu bilgi ve tecrübelerin kayıt altına alınması ve gelecek nesillere aktarılmasına yönelik çalışmaların yapılması gerekmektedir.

Anahtar Kelimeler: Geleneksel ekolojik bilgi, Burdur, Yörükler

GİRİŞ

Çevresiyle uyumlu bir şekilde yaşayan ve bu doğrultuda yaşam biçimleri geliştiren toplumlar tarafından üretilen bilgilere “*Geleneksel Ekolojik Bilgi (Traditional Ecological Knowledge)*” adı verilmiştir (Karakaya, 2022a:129). Bu bağlamda “*Geleneksel Ekolojik Bilgi (GEB)*” insanların çevreleriyle kurdukları etkileşimle bağlantılı, nesilden nesile aktarılan kümülatif bilgi, inanç ve uygulamalar bütünüdür (Yolcu ve Aça, 2019:863).

Kaynağı insan çevre etkileşimi olan bu uygulama, inanç ve davranış biçimlerini bugün sanayileşmenin dışında kalan ya da sanayileşmeden görece daha az etkilenen insan toplumları içerisinde görmek mümkündür Yolcu (2021).

Kırsalda yaşayan toplumların hayatları boyunca yaşadıkları çevreyle iç içe olduğu, içinde bulundukları çevrenin sunduğu imkânlardan faydalandığı, zorluklar ile mücadele ettiği bilinmektedir. Uzun yılları kapsayan bu durum yaşanan çevreyle ilgili ekolojik bilgi ve deneyimlerin oluşmasına da kaynaklık etmektedir.

Ekolojik bilgi ve deneyimlerin uygulanışı avcı-toplayıcı toplumlar kadar eski olmakla birlikte, geleneksel ekolojik bilgi kavramının yaygın olarak kullanımı 1980’li yılları bulmaktadır (Berkes, 1993). Özellikle 20. yüzyılın sonlarından itibaren belirginleşen bilgi ve bilişim teknolojilerine dayalı dördüncü sanayi devrimiyle, geleneksel bilgi ve deneyimlere önem verilmeye başlanmıştır (Özdemir, 2018).

Geleneksel ekolojik bilgi elbette bilimsel bir disiplin değildir, ancak bilimsel çalışmalar için önemli bir veri kaynağı sunmaktadır (Sofuoğlu Kılıç, 2019). Bilimsel bir disiplinden farklı olarak geleneksel ekolojik bilgi sadece bir bilgi ve uygulama sistemi değil, entegre bir bilgi, uygulama ve inanç sistemidir (Berkes, 1993). Bu sistem; kara/deniz, hayvanlar ve bitkiler hakkında bilgiyi, arazi ve kaynak yönetim sistemlerini, sosyal kurumlar ile dünyevi görüşleri içeren bir yapıya sahiptir (Tang, 2012).

Toplumlar geleneksel ekolojik bilgi bağlamında gelişen verileri deneyimleyerek doğruya ulaşmaya çalışmaktadır. Anadolu coğrafyasına bakıldığında, hayvanların nasıl besleneceği, hangi bitkinin hangi hastalığa iyi geleceği, hangi tarihte hangi hava olayının meydana geleceği, evlerde bulunan pencerelerin konumu ve boyutu gibi pek çok hususta insanların bu bilgi ve deneyimlerden faydalandığını görmek mümkündür (Terzi, 2022).

Geleneksel ekolojik bilgi bağlamında yapılan ilk çalışmalar antropologlar tarafından gerçekleştirilmiştir (Berkes, 1993). Bu yönde yapılan çalışmalar; türlerin tanımlanması ve sınıflandırılması (etno-biyoloji) ile başlamış, insanların

ekolojik süreçleri ve çevresiyle olan ilişkileri (insan ekolojisi) ile devam etmiştir (Berkes, 2012).

Geleneksel ekolojik bilgiye olan ilgi, bu tür bilgilerin kısmen de olsa biyolojik çeşitlilik (Gadgil vd., 1993), nadir türler (Colding, 1998), korunan alanlar (Johannes, 1998), ekolojik süreçler (Alcorn, 1989) ve sürdürülebilir kaynak kullanımı (Schmink vd., 1992; Berkes, 1999) gibi hususların korunmasına katkı sağlayabileceği düşüncesiyle artış göstermiştir (Berkes vd., 2000).

Geleneksel ekolojik bilgi hem sosyal bilimler hem de fen bilimleri bünyesinde bulunan çeşitli bilim dalları tarafından çalışılmıştır. Başlangıçta, geleneksel ekolojik bilginin aktarımı (Ruddle ve Chesterfield, 1977), kaynak yönetimi (Klee, 1980), geleneksel koruma (Morauta vd., 1982), geleneksel kıyı kaynaklarını yönetim sistemleri (Lasserre ve Ruddle, 1983), tropik orman ekosistemleri (Posey ve Balee, 1989), kurak alan ekosistemleri (Niamir, 1990), Asya ve Pasifik'te geleneksel deniz kaynakları (Ruddle ve Johannes, 1989), çevre felsefesi ve yerel bilgi (Knutson ve Suzuki, 1992) gibi konuları ele alan çalışmaların yapıldığı görülürken (Berkes, 1993), 2000'li yıllar ile birlikte gerek konu alanlarının gerekse çalışma sayılarının arttığı görülmektedir.

Salim vd., (2023) çalışmalarında geleneksel ekolojik bilginin yerli halklar üzerindeki etkilerini tespit etmek amacıyla Web of Science ve Scopus veri tabanlarını kullanarak 2007-2021 yılları arasını kapsayan detaylı bir literatür taraması gerçekleştirmiştir. Elde edilen bulgular ve analizler neticesinde 2 tema ve 11 alt tema belirlenmiştir.

Temalardan ilki, 6 alt temayı içeren ekonomik faaliyetlerdir. Belirlenen alt temalardan; gelir kaynakları alt teması 14 çalışma içerisinde, satıcılara veya alıcılara ürün sunma 6 çalışma içerisinde, piyasa değeri sağlama 4 çalışma içerisinde, istihdam olanakları 2 çalışma içerisinde, düşük tedavi maliyeti sağlama 1 çalışma içerisinde, mikro işletmelerin geliştirilmesi için fırsatlar sağlama 1 çalışma içerisinde yer almaktadır (Salim vd., 2023).

Temalardan ikincisi, 5 alt temayı içeren sağlıktır. Alt temalardan; yerli halkın geçim kaynakları 19 çalışma içerisinde, sağlık ve tıbbi amaçlar 15 çalışma içerisinde, gıda ya da bitki faydaları 15 çalışma içerisinde, gıda güvenliğini destekleme 2 çalışma içerisinde, ülke yiyeceklerinin hasadı 1 çalışma içerisinde yer almaktadır (Salim vd., 2023).

Bunlara ek olarak geleneksel ekolojik bilginin fen eğitimi ile entegrasyonu (Kim vd., 2017), çevre bilimi ile entegrasyonu (Singleton vd., 2021), geleneksel koruma (Klubnikin vd., 2019) ve doğal kaynakların yönetimindeki rolü (Das vd., 2023) üzerine yapılan çalışmalar da bulunmaktadır.

Araştırma konusunu oluşturan pastoral topluluklar ele alındığında yapılan çalışmaların oldukça sınırlı olduğu görülmektedir. 1978-2019 yılları arasında geleneksel ekolojik bilgi ile ilgili 1200'e yakın çalışmanın yayımlandığı, ancak bunların sadece %3'ünün pastoral ekolojik bilgiyi içerdiği tespit edilmiştir. Tespit edilen araştırmaların başta Afrika olmak üzere Asya ve Avrupa kıtalarında yapıldığı, bu kıtalar içerisinde Etiyopya, Kenya, Hindistan ve Çin gibi ülkelerin ön plana çıktığı görülmektedir (Sharifian vd., 2022).

Geleneksel ekolojik bilgi kavramının ulusal literatüre girişi ise oldukça yenidir (Yolcu ve Aça, 2019). Türkiye'de geleneksel ekolojik bilgi, kavramı (tanımı, içeriği, kapsamı), folklor ile ilişkisi (Doğan ve Bağcı, 2011; Yolcu, 2018; Yolcu ve Aça, 2019; Ateşgöl, 2021; Yolcu, 2022; Terzi, 2022; Karakaya, 2022b), ekonomik boyutu (Özdemir, 2018; Akgül, 2022), fikri mülkiyeti (Semiz, 2015; Güler ve Mutlu 2021), geleneksel koruma (Gül, 2020; Gül, 2022), geleneksel mimari içerisinde değerlendirilmesi (Yılmaz, 2019) ve somut olmayan kültürel mirasın aktarımı (Temel Eginli vd., 2020) gibi konular üzerinden çalışılmış durumdadır.

Uluslararası literatürde olduğu gibi ulusal literatürde de pastoral toplulukları ele alan çalışmaların oldukça sınırlı olduğu görülmektedir. Burada, Büyükaşahin (2017) tarafından hazırlanan ve Sarıkeçili Yörüklerinin geleneksel ekolojik bilgisini konu alan doktora tezi, bu tezden üretilen bir makale (Büyükaşahin ve Güneş, 2016) ve pastoral topluluklardaki kültürel peyzajı konu alan bir diğer makale (Büyükaşahin ve Güneş, 2017) başlıca yayımları oluşturmaktadır. Ayrıca buraya Albayrak ve Yılmaz (2022) tarafından hazırlanan ve yaylacılık kültüründe kadının rolü ve yerel ekolojik bilgiyi konu alan çalışmayı da eklemek mümkündür.

Literatüre bakıldığında pastoral topluluklar ile ilgili az sayıda çalışmanın yapıldığı aşikârdır. Bununla birlikte pastoral toplulukların yaşam biçimleri ve sürdürdükleri ekonomik faaliyetler ile geleneksel ekolojik bilginin ortaya çıkışı ve kullanım alanları açısından önemli bir kaynak teşkil ettiğini söylemek mümkündür.

Geleneksel ekolojik bilginin üretim ve kullanım alanları hakkında Karakaya (2022a) tarafından bir derleme yapılmış ve 14 alan belirlenmiştir. Bu alanlardan ikisi hayvancılık faaliyetleri ve pastoral sistemleri kapsamaktadır. Yine Yolcu ve Aça (2019) çalışmalarında geleneksel ekolojik bilgiye yönelik çalışma yapacak araştırmacılara 13 maddelik araştırma modeli tavsiyesinde bulunmuştur. Bunlardan biri geleneksel hayvancılık ve halk zoolojisidir.

Pastoral toplulukların Türkiye'deki en önemli temsilcilerinden biri Yörüklerdir. Yörükler doğanın dilinden anlayan, doğada yaşamayı bilen ve doğa dostu insanlardır. Yaşamlarının büyük bölümünü yaşadıkları mekân ile

etkileşim halinde geçirirler. Gündelik hayatlarında kurdukları bu etkileşim, mekânı anlama, mekânı kullanma ve mekânda var olma çabasını da beraberinde getirmektedir.

Mekânı anlama ve anlamlandırmanın coğrafya ilmi içerisindeki yeri ve önemi bilinmekteyken, Yörükler zaten mekânı anlamlandırıp ona göre yaşamaktadırlar. Ancak bunu doğal bir durum olarak kabul etmekte ve bu durum ile ilgili bir olağanüstülük görmemektedirler. Yörükler, insan çevre etkileşimi içerisinde kendi yaşam alanlarını oluşturmaktadır. Yörük yaşamı yılın belirli dönemlerinde farklı mekânları kullanmayı gerektirmektedir. Yayla ve kışlak gibi kavramlar farklı dönemleri ve bu dönemlerde yapılması gereken işleri, mevsimi, iklimi ve mekânı ifade etmektedir (Meydan, 2016).

Kendi deyimleri ile yurtlar (kışlak ve yayla yurtları), göç güzergâhları ve güzergâhlar boyunca mola verilen/konaklanan alanlar ile otlatma alanları Yörükler tarafından kullanılan başlıca mekânları oluşturmaktadır. Konu hakkında Agnew (2011) göçerler ve seyyahlar gibi hareket eden topluluklar için mekânın; hareket ettiği, dinlendiği ve etkileşimde bulunduğu yerlerin tamamını kapsadığını belirtmektedir.

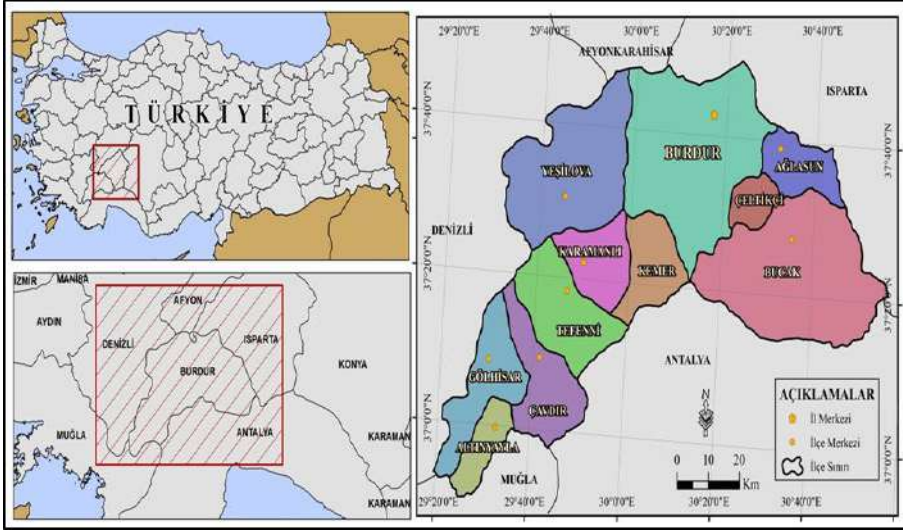
Bu bilgi ve düşünceler doğrultusunda çalışma, insan çevre etkileşimi neticesinde gelişen bilgi birikimi, tecrübe ve uygulamalara odaklanmaktadır. Çalışmanın temel amacı Yörüklerin kışlak yurdu, yayla yurdu, göç güzergâhı ve otlatma alanı olarak kullandığı ya da kullanmak istediği alanları nasıl belirlediğini ortaya koymaktır. Ayrıca bu alanlarda kullanılan mesken ve eklentilerinin konumlandırılması sırasında dikkat edilen hususların aktarılması da amaçlanmaktadır.

Yörüklerin zor doğal ortam koşullarında başarılı bir şekilde hayatta kaldığı ve ekonomik faaliyetlerde bulunduğu bilinmektedir. Bu kapsamda Yörükler yaşam alanlarını belirlerken nelere dikkat etmektedir? Bu süreçte insan çevre etkileşiminin ve dolayısıyla geleneksel ekolojik bilginin yeri ve önemi nedir? Yaşam alanlarının belirlenmesinin ardından mesken ve eklentileri bu alanlara nasıl konumlandırılmaktadır? Bu esnada hangi hususlara dikkat edilmektedir? Çalışmanın cevaplamayı hedeflediği soruları teşkil etmektedir.

ÇALIŞMA ALANI

Burdur ili Akdeniz Bölgesi'nde Antalya Bölümü içerisinde yer almaktadır (Şekil 1). Yüzölçümü 7175 km² olan ilde 2022 yılı TÜİK verilerine göre 273.799 kişi yaşamaktadır. Nüfusun %70,55'i (193.185) şehirlerde %29,45'i (80.614) kırsal yerleşmelerde yaşamaktadır. İl, merkez ilçe dâhil olmak üzere 11 ilçe, 193 köy ve 4 belde ile toplamda 208 yerleşim birimine ev sahipliği

yapmaktadır. Merkez ilçe 95.907 kişi, Bucak 47.153 ve Gölhisar 16.806 kişi ile toplam nüfusun yarısından fazlasını oluşturmaktadır.



Şekil 1: Burdur İlının Lokasyon Haritası

Araştırma sahasının kısaca tanıtılmaya çalışılacağı bu kısımda yeryüzü şekilleri, iklim, bitki örtüsü, hidrografya, nüfus ve ekonomik yapı gibi doğal ve beşeri çevre özelliklerinin Yörüklerle sunduğu imkânlar bakımından ele alınması planlanmaktadır.

İl arazisine genel hatlarıyla bakıldığında kabaca güneybatı-kuzeydoğu yönünde uzanan dağlar ve bu dağlar arasına yerleşmiş ovalar ve göller dikkat çekmektedir. Saha çalışmalarıyla deneyimlenen bu yapı K.K.1 tarafından şu şekilde ifade edilmektedir:

“Allah buraya hem dağ hem de ova vermiş. Bizim burada dağlar ile ovalar birbirini takip eder. Bir dağ, bir ova, bir dağ, bir ova şeklinde sıralanır gider. Mesela bizim Bucak’tan Burdur’a doğru yola çıksan önce Çeltikçi ovası gelir, Çeltikçi belini aşınca Çine-İnsuyu ovası gelir, en sonda Burdur ovası ve gölü gelir.”

İl arazisini oluşturan topografik unsurlar ele alındığında; Burdur Gölü depresyonu ve depresyonu kuzeyden sınırlandıran Söğüt Dağları, Tefenni Depresyonu, depresyonun kuzeybatısında Eşeler Dağı, güney-güneydoğusunda Rahat Dağı ve Katrancı (Kestel) Dağı, Gölhisar Ovası, ovanın batısında Boncuk Dağlarının bir uzantısı olan Akdağ, güneyinde Kocaş Dağı, Çeltikçi Polyesi, polyenin kuzeydoğusunda Akdağ ve Kestel polyesi gibi yeryüzü şekilleri ön plana çıkmaktadır. Ayrıca Burdur Gölü, Yarıklı Gölü, Salda Gölü,

çöküntü alanlarının kışlak yurtları için, dağlık kütlelerin yüksek kesimlerinin ise yayla yurtları için elverişli alanlar sunduğunu söylemek mümkündür.

İklim ile Yörüklerin yaşam biçimleri arasında kuvvetli bağlar bulunmaktadır. Yörükleri harekete geçiren temel sebeplerden biri mevsimsel olarak uygun hava koşullarında yaşama istekleridir.

Burdur, Akdeniz Bölgesi'nde yer almasına rağmen karakteristik Akdeniz iklimi özelliklerini tam anlamıyla yansıtmamaktadır. İlin konum itibarıyla kıyı kuşağının gerisinde oluşu, kıyı kuşağı ile arasında yer alan dağlık kütleler, bu kütlelerin uzanış yönleri ve ortalama yükseltileri karakteristik Akdeniz iklimine ait özelliklerde değişikliklere neden olmaktadır. Bu durum sıcaklıktan, yağışa pek çok iklim elemanı üzerinde etkili olmaktadır.

Toros Dağları'nın gerisinde 957 m yükseltide bulunan Burdur'da yıllık ortalama sıcaklık 13.2°C iken, Akdeniz kıyı kuşağında 39 m yükseltide bulunan Antalya'da yıllık ortalama sıcaklık 18.8°C'dir. Yağış miktarları karşılaştırıldığında ise Antalya yıllık ortalama 1061,7 mm yağış alırken, Burdur bu miktarın yarısından daha az olan 428,1 mm yağış almaktadır (Ekiz, 2022).

İklim elemanları üzerinden kısa bir değerlendirme yapmak gerekirse; sahada 11.3°C (Ağlasun) ile 14.3°C (Bucak) arasında değişen yıllık ortalama sıcaklık değerleri, kış aylarında 0°C'nin altına düşmeyen sıcaklık ortalamaları ve yaz aylarında 20°C'nin üzerinde sıcaklık ortalamaları görülmektedir. Yıllık yağış miktarları 368.8 mm (Kemer) ile 768.6 mm (Ağlasun) arasında değişmekte olup, büyük oranda kış ve ilkbahar aylarında düşmektedir. Kar yağışlı gün sayısı 5.35 gün (Bucak) ile 12.74 gün (Tefenni) arasında değişirken, sahayı etkileyen rüzgâr sistemleri ve bunların esiş yönlerine bakıldığında daha çok güney ve kuzey yönlü rüzgârların etkili olduğu görülmektedir (Ekiz, 2022).

İklim elemanlarına dair değer ve miktarlara bakıldığında Yörükler için elverişli imkânlar sağladığını söylemek mümkündür. Nitekim Yörükler kış aylarında ılık, don olayının hiç ya da nadiren görüldüğü, kar yağışının hiç ya da az olduğu alanlarda yaşamak istemektedir. Yaz aylarında ise serin alanlar tercih edilmektedir.

Yeryüzü şekilleri ve iklim özelliklerine bağlı olarak sahada farklı bitki vejetasyonları ve bu vejetasyonlara ait çeşitli bitki türleri görülmektedir. Atalay ve Efe (2015)'in hazırlamış olduğu sınıflandırmaya göre saha Akdeniz ardı vejetasyonuna ait özellikler göstermektedir. Sahada yayılış alanı büyüklüğüne göre; maki, step/bozkır, orman, sucul alanlar, kaya ve kayalık alanlar, sulak alanlar, nemli çayır ve bataklıklar başta olmak üzere çeşitli vejetasyonlar ve bunlara ait bitki türleri görülmektedir (Özçelik ve Çınbilgel, 2016).

Bitki toplulukların varlığı ve çeşitliliği Yörükler için büyük bir önem arz etmektedir. Yetiştirilen hayvanların yıl boyunca beslenebilmesi için çeşitli bitki

topluluklarına ihtiyaç duyulmaktadır. Bu noktada maki, orman ve step/bozkır vejetasyonlarına ait bitki tür ve çeşitleri besleme açısından önemli imkânlar sunmaktadır. Bu bağlamda sahada 1200 m yüksekliğe kadar maki vejetasyonu, 1200-1800 m arasında orman vejetasyonu, bu vejetasyonların tahrip edildiği alanlarda step ve 1800 m sonrasında görülmeye başlayan alpinik stepler ihtiyaç duyulan bitki tür ve çeşitliliğini büyük oranda karşılamaktadır (Ekiz, 2022).

Yeryüzü şekilleri, iklim ve bitki örtüsünün ardından su kaynakları da Yörük yaşamı içerisinde önemli bir yere sahiptir. Yaşamın kaynağı olan su, Yörükler ve yetiştirdikleri hayvanlara da hayat vermektedir.

Araştırma sahası hidrografik açıdan ele alındığında büyük bölümünün kapalı havza niteliği taşıdığı, yalnızca güneybatısında yer alan Dalaman Çayı ile doğusunda yer alan Aksu Çayı'nın açık havza karakterinde olduğu görülmektedir. Bu bağlamda Burdur Gölü, Yarıklı Gölü, Salda Gölü, Akgöl (Çorak Göl) ve Karataş Gölleri kapalı havzaları oluşturmaktadır (Şekil 2). Burdur gölleri havzası olarak nitelendirebileceğimiz sahada büyük bir akarsu bulunmamakla birlikte, daha çok dere ve çay niteliğindeki rejimleri düzensiz akarsular görülmektedir (Yarıcı ve Yağbasan, 2018). Dolayısıyla sahanın akarsu ağı ve akarsuların taşıdıkları su miktarları bakımından fakir olduğunu söylemek mümkündür.

Hidrografik açıdan dikkat çeken bir diğer unsur kaynak sularıdır. Sahanın karstik yapısıyla bağlantılı olarak dağlık kütleler ve yakın çevrelerinde karstik kaynaklara sıkça rastlanmaktadır. Yörüklerin yaşam alanı olarak daha çok dağlık kütleler ve yakın çevrelerini tercih ettiği düşünüldüğünde, karstik kaynaklar su ihtiyacının karşılanması bakımından önemli imkânlar sunmaktadır.

İnsan yaşamı için elverişli imkânlar sunan sahada yerleşme tarihi M.Ö. 7000'lere kadar uzanmaktadır. Nitekim merkez ilçe sınırları içerisinde bulunan Hacılar Höyük 'ün yerleşim tarihi M.Ö. 7000 yılına, Kuruçay Höyük'ün yerleşim tarihi M.Ö. 6200-5800 yılları arasına, Bucak ilçesi sınırlarında bulunan Höyücek Höyük'ün ise 7200-7300 yıllarına kadar uzanmaktadır (Duru, 1996; Duru, 1999).

Yerleşme tarihi oldukça eskiye uzanan sahada Antik, Helenistik ve Roma dönemlerinde kurulmuş ya da kullanılmış çok sayıda yerleşme de bulunmaktadır. Bunlardan Sagalassos (Ağlasun), Kibyra (Göhlisar), Boubon (İbecik/Göhlisar), Kremna (Çamlık/Bucak), Balbura (Altınyayla), gibi yerleşmeler ön plana çıkmaktadır (Cramer, 1832; Tozkoparan vd., 2021).

Türklerin Burdur'a gelişi ise 1070'li yıllarda Büyük Selçuklu Devleti'nin Bizans İmparatorluğu içlerine yapmış olduğu akınlar ile başlamıştır. Bu dönemde Burdur ve çevresine Oğuz ve Türkmen boylarının göç ettiği ve Kınalı Aşireti'nce ele geçirildiği bilinmektedir (Görgülü, 2000).

Bölgeye gelen Türkmenler 1206 yılında Anadolu Selçuklu Devleti'nin himayesine girmiştir (Arıkan, 1988). Bu yıllarda sahanın Türkleşmesi üzerine Selçuklular kadar Moğollar da tesir etmiştir. 13. yüzyıl itibariyle başlayan Moğol istilaları Asya içlerinden batıya doğru yönelmiş ve önüne kattığı Türkmenleri Horasan, Azerbaycan, Erran ve Türkistan'dan Anadolu'ya göç etmeye zorlamıştır (Sümer, 1972). Anadolu'ya gelen Türkmenler ise Batı Anadolu'ya Bizans sınırlarına kadar ulaşmıştır (Turan, 1984).

Anadolu'nun Türkleşmesi sürecinde Türkler, Asya bozkırlarında sürdürdükleri konar-göçer yaşam biçimlerini de beraberlerinde getirmişlerdir. Bu durum araştırma sahasında görülen konar-göçer yaşam biçimine de kaynaklık etmektedir. Başlangıçta konar-göçer Oğuz-Türkmen boyları olarak anılan bu nüfus, zamanla Yörük adını almış ve günümüze kadar ulaşmıştır. Bugün bakıldığında ise konar-göçer yaşam biçimini sürdüren Yörük nüfusun oldukça az olduğu görülmektedir (Ekiz, 2022).

Sahanın ekonomik yapısı ele alındığında tarım ve hayvancılık faaliyetlerinin önemli bir yere sahip olduğu görülmektedir. Sahada başta tahıllar (buğday, arpa, mısır) olmak üzere, yem bitkileri (yonca, fiğ, mısır), sanayi bitkileri (şeker pancarı, anason, haşhaş), çeşitli meyve ve sebzeler (karpuz, kavun, ceviz, üzüm, domates, fasulye, hıyar) yetiştirilmektedir. Ayrıca tıbbi aromatik bitkiler (gül, lavanta, adaçayı, kekik) ve örtü altı sebze yetiştiriciliği de yapılmaktadır. Hayvancılık faaliyetleri içerisinde ise ahır hayvancılığı şeklinde yapılan sığır yetiştiriciliği ön plana çıkmaktadır. Bunu koyun ve keçi yetiştiriciliği takip etmektedir (Ekiz, 2022).

Burdur ili uzun yıllardır Yörüklere ve Yörük kültürüne ev sahipliği yapmaktadır. Bu durumun ortaya çıkmasında yeryüzü şekilleri, iklim, bitki örtüsü ve su kaynakları gibi doğal çevre koşullarının sunduğu imkânların etkili olduğu düşünülmektedir. Oğuz-Türkmen boylarına mensup nüfusun Burdur ve yakın çevresine gelişi ile birlikte konar-göçer yaşam biçiminin temelleri atılmış, zaman içerisinde Yörük adını alan bu nüfus uzun yıllar boyunca sahada yaşamış ve sosyo-kültürel anlamda köklü bir birikim oluşturmuştur. Yine uzun yıllar boyunca sürdürülen hayvancılık faaliyetleri de bu alanda büyük bir bilgi birikimin oluşmasına ve bu faaliyetlerin gelişerek günümüze kadar ulaşmasına büyük katkı sağlamıştır.

YÖNTEM

Bu çalışma nitel araştırma yaklaşımlarından etnografik araştırma desenine göre hazırlanmıştır. Bu desenin tercih edildiği çalışmalarda amaç belirli bir grubun kültürünü tanımlama ve yorumlamadır (Hancock, 1998). Bu amaçla, o kültüre özgü özellikler, kendine has yaşam ve davranış biçimleri ile iletişim

şekilleri ortaya çıkarılmaktadır (Köse, 2013). Diğer bir deyişle etnografik bir araştırma yaşanılan dünyayı ve hayatı onu yaşayanların gözüyle anlamaya çalışmaktadır (Geertz, 1983).

Etnografik çalışmalar ele alındığında iki temel özellik dikkat çekmektedir. Birincisi araştırmacının incelediği topluluğu, grubu, bireyleri, davranışları tanıyabilmesi ve anlayabilmesi için katılımcı gözlemci olarak çalışması, ikincisi açık uçlu sorular sorarak görüşmeler yapmasıdır (Anderson-Levitt, 2006). Bu da araştırılan kültürü o kültürle birlikte yaşamayı gerektirmektedir. Bu noktadan hareketle Burdur ilinde yaşayan Yörükleri, yaşam biçimlerini, mekânla kurdukları etkileşimi ve bu etkileşim sonucunda ortaya çıkan bilgi birikimi, tecrübe, inanç ve uygulamaları anlamak ve onların gözünden görebilmek için etnografik desen seçilmiştir.

Çalışma Grubu

Çalışma grubu amaçlı örnekleme yöntemi ve bu yöntem içerisinde kullanılan örnekleme stratejilerinden biri olan kartopu örnekleme ile belirlenmiştir. Amaçlı örnekleme yöntemi, araştırmanın amacına bağlı olarak bilgi bakımından zengin durumların belirlenmesine ve derinlemesine araştırma yapılmasına olanak tanır (Büyüköztürk vd., 2012). Kartopu örnekleme stratejisi ise zengin bilgi kaynağı olabilecek bir birey ya da durumun belirlenmesi ile başlar ve bilgi kaynağının sağladığı bilgiler doğrultusunda diğer kaynaklara ulaşılmasını sağlar. Bu süreç kartopu gibi büyüyerek devam eder (Yıldırım ve Şimşek, 2013).

Bu doğrultuda öncelikle uzun yıllardır konar-göçer faaliyetlerde bulunduğu bilinen Yörükler ve bu Yörüklerin bulunduğu yerleşim birimlerinin seçimine gidilmiştir. Nitekim Kestel, Keçili ve Anbahan köyleri (Bucak), Aziziye köyü (Burdur), Hasanpaşa köyü (Tefenni), Altınyayla gibi yerleşim birimleri başlangıç itibarıyla örneklem olarak seçilmiştir. Devamında bu yerleşim birimlerinde bulunan Yörükleri kapsayan saha çalışmaları yapılmıştır. Bu çalışmalar sonucunda kartopu örnekleme ile yeni yerleşim birimleri ve Yörükler belirlenmiştir.

Çalışma grubunun belirlenmesi sürecinde; konar-göçer yaşam biçimi ya da yaylacılık faaliyetlerinin temsil ediliyor veya uzun yıllar boyunca yapılmış olması ile Burdur genelinin temsil edilebilir olmasına dikkat edilmiştir.

Burdur; Cimbilli, Kocapınar, Çallıca, Aziziye köyleri, Ağlasun; Ağlasun ve Dereköy, Altınyayla; Altınyayla, Ballık ve Kızılyaka köyleri, Bucak; Bucak, Kestel, Keçili, Anbahan, Ürkütlü köyleri, Çavdır; Ambarcık, Kozağacı ve Bölmeşin köyleri, Çeltikçi, Gölhisar; Elmalıyurt köyü, Karamanlı; Mürseller Köyü, Kemer, Tefenni; Hasanpaşa köyü, Yeşilova; Aşağıkırklı, İğdir ve Güney

köyleri örneklem olarak seçilmiştir. Aynı zamanda yerleşim birimleri bünyesinden 47 kaynak kişi belirlenmiştir.

Verilerin Toplanması

Çalışmada kullanılan verilerin büyük bölümü saha çalışmaları ile elde edilmiştir. Örneklem olarak belirlenen yerleşim birimleri ve çalışma grubunu kapsayan çalışmalar üç farklı safhada, dört mevsim ve yaklaşık olarak iki yıllık bir zaman diliminde gerçekleştirilmiştir.

Saha çalışmalarının ilk safhası kışlak yurdu olarak adlandırılan ve genellikle Ekim-Mayıs ayları arasında kullanılan alanları kapsamaktadır. Bu safhada iki farklı zaman aralığında sahaya çıkılmıştır. Birincisi 2018 yılı Şubat ve Haziran ayları arasını, ikincisi ise 2019 yılı Ekim ve Aralık ayları arasını kapsamaktadır. Bu süre zarfında yalnızca Ocak ayında saha çalışması yapılmamıştır. Saha çalışmalarında öncelik konar-göçer yaşamı sürdüren Yörüklerle verilmiş olmakla birlikte, göçer yaşamı terk etmiş Yörükler de dâhil edilmiştir. Bu kapsamda; 2018 yılı Şubat ayında 4 gün, Mart ayında 2 gün, Nisan ayında 6 gün, Mayıs ayında 1 gün olmak üzere toplam 13 gün, 2019 yılında Ekim ayında 2 gün, Kasım ayında 2 gün ve Aralık ayında 1 gün olmak üzere toplam 5 gün saha çalışması yapılmıştır.

İkinci safha Yörüklerin kışlak yurtlarından yayla olarak adlandırdıkları alanlara ve buradan tekrar kışlak yurtlarına geçişi sağlayan göçleri kapsamaktadır. Yaylaya geçiş için Mayıs-Haziran ayları, kışlağa dönüş için çoğunlukla Ekim nadiren Ağustos ve Haziran ayları tercih edilmektedir. Bu bağlamda 2018 yılı Mayıs ve Haziran aylarında yapılan 2 göçe katılım sağlanarak saha çalışmaları gerçekleştirilmiştir.

Son safha Yörüklerin yayla yurdu olarak adlandırdıkları ve çoğunlukla Mayıs-Ekim ayları arasında kullandıkları alanları kapsamaktadır. Birinci safhada gerçekleştirilen saha çalışmalarında olduğu gibi iki farklı zaman aralığında sahaya çıkılmıştır. Birincisi 2018 yılı Haziran-Eylül ayları arasını, kincisi ise 2019 yılı Ağustos ayını kapsamaktadır. Bu kapsamda;

2018 yılı Haziran ayında 1 gün, Temmuz ayında 8 gün, Ağustos ayında 2 gün, Eylül ayında 1 gün olmak üzere toplam 12 gün, 2019 yılında ise yalnızca Ağustos ayında 1 günlük bir saha çalışması yapılmıştır.

Saha çalışmalarının üç safhaya ayrılarak yapılmasında Yörüklerin kışlak yurtlarından başlayarak, yayla yurtlarına ve buradan tekrar kışlak yurtlarına dönüşü ile geçen bir yıllık yaşam döngülerinin ele alınması amaçlanmıştır. Çalışmalar sırasında kullanılan veri toplama araçları ise katılımcı gözlem ve görüşmelerdir.

Katılımcı gözlem ile Yörükler yaşam alanlarıyla birlikte yerinde gözlemlenmiştir. Yörüklerin bir günü temel alınarak; yurt olarak kullandıkları alanların coğrafi yapısı, yaşam biçimlerini etkileyen doğal ve beşeri çevre unsurları, insan çevre etkileşimi, hayvanların otlatılmasında kullanılan alanlar, hayvancılık faaliyetleri kapsamında gerçekleştirilen işler, süt ve süt ürünleri üretimi, diğer gündelik işler ve sosyo-kültürel etkinlikler katılımlı bir şekilde gözlemlenmiştir. Bunlara ek olarak sahada gerçekleştirilen şenlik, tören ve çeşitli ritüeller de yerinde gözlemlenmiştir. Ancak bu etkinliklere katılım sağlanmamıştır.

Göç faaliyetlerinde ise göç güzergâhının coğrafi özellikleri, güzergâhın oluşturulmasında dikkat edilen hususlar, göç için yapılan hazırlıklar ve kullanılan taşıtlar yine katılımlı bir şekilde yerinde gözlemlenmiştir.

Gerek yurtlarda gerekse göç faaliyetlerinde Yörükler ile birlikte iş paylaşımı yapılmış ve buralarda verilen görevler yerine getirilmiştir. Saha çalışmalarını kapsayan safhaların tamamında Yörüklerin yaptığı tüm faaliyetler gözlemlenmiş, gerekli notlar alınmış, fotoğraflanmış ve video kayıtları tutulmuştur.

Saha çalışmalarında kullanılan diğer veri toplama aracı görüşme formlarıdır. Çalışma süreci boyunca yapılan görüşmeler yarı yapılandırılmış görüşme formları ile gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda amaca uygun olarak 5 farklı yarı yapılandırılmış görüşme formu oluşturulmuştur. Formların oluşturulması sırasında Somuncu (2005) ve Zaman (2007)'den de yararlanılmıştır.

Görüşme formlarından ilki kışlak yurtlarını ele almakta olup, yurt olarak kullanılacak alanların tespiti, gündelik hayat, çeşitli işler, hayvan birlikleri, sosyo-kültürel faaliyetler ve karşılaşılan sorunlar ile ilgili 12 sorudan oluşmaktadır.

İkincisi göç faaliyetlerine yönelik olup, göç zamanı ve güzergâhının belirlenmesi, göç için yapılan hazırlıklar, göç faaliyeti ve göç esnasında ortaya çıkan sorunlar ile ilgili 10 sorudan oluşmaktadır.

Üçüncüsü yayla yurtlarını ele almakta olup, yurt olarak kullanılacak alanların tespiti, gündelik hayat, çeşitli işler, sosyo-kültürel faaliyetler ve karşılaşılan sorunlar ile ilgili 11 sorudan oluşmaktadır.

Dördüncü ve beşinci formlar ise tüm safhaları kapsamaktadır. Dördüncü formda Yörük kavramı, mekan kavramı, mekandan faydalanma ve etkileşim ile Yörük yaşamında karşılaşılan tüm sorunlarla ilgili 5 soru, beşinci formda sosyal ve kültürel özellikleri, gelenek ve görenekleri, sanatsal ve kültürel faaliyetleri ile geleneksel ekolojik bilgileri (halk inançları, halk takvimi, halk meteorolojisi, halk hekimliği, halk veterinerliği, insan çevre etkileşimi vb.) kapsayan 8 soru bulunmaktadır.

Görüşmeler, saha çalışmaları sırasında, katılımcı gözlemler esnasında, yemek ve dinlenme vakitlerinde gerçekleştirilmiştir. 45-60 dakika aralığında süren görüşmeler, Yörüklerden izin alınarak video kaydı, ses kaydı ve notlar halinde kaydedilmiştir. Elde edilen veriler fırsat bulunması halinde aynı gün ya da bir sonraki günde deşifre edilerek döküm haline getirilmiştir. Yazıya dökülen görüşmelerde kaynak kişilerin isimleri kullanılmayıp, K.K.1 K.K.2.....K.K.47 şeklinde kodlar kullanılmıştır.

Verilerin Analizi

Verilerin analizi içerik analizi tekniği ile yapılmıştır. İçerik analizi “*birbirine benzeyen verileri belirli kavram ve temalar çerçevesinde bir araya getirmek ve bunları okuyucunun anlayabileceği bir biçimde düzenleyerek yorumlamayı*” (Yıldırım ve Şimşek, 2013:259) kapsamaktadır.

Elde edilen veriler öncelikle anlamlı bütünler halinde kodlanmıştır. Bu kodlamalar kendi içinde kategorize edilerek tema ve alt temalar oluşturulmuştur. Ardından tema ve alt temalar başlıklar halinde, kodlamalar ise bu başlıkların altında metin ya da maddeler şeklinde gruplandırılarak verilmiştir. Böylelikle düzenli hale getirilen bulgular bazen yorumlanmış, bazen de maddeler halinde bırakılmıştır. Ayrıca doğrudan alıntılarla desteklenmiştir.

Mekâna yönelik veriler ise coğrafi ifade teknikleri kapsamında düzenlenerek aktarılmaya çalışılmıştır.

Bu çalışma “Kültürel Coğrafya Açısından Bir Araştırma: Burdur İli Yörükleri” adlı doktora tezinden üretilmiş olup, tezde sunulan verilerin bir bölümünü kapsamaktadır. Nitekim çalışmada yurt olarak kullanılacak alanların tespiti, bu alanlarda kullanılacak olan meskenlerin konumlandırılması ve göç zamanı ile göç güzergâhlarının belirlenmesini içeren veriler yer almaktadır.

BULGULAR

Kışlak Yurtları

Yörüklerin yaşam alanlarından ilki kışlak yurtlarıdır. Dar anlamı ile yurt mesken ve eklentilerinin bulunduğu alana karşılık gelmekle birlikte, geniş anlamda hayvanların otlatıldığı, su içmeye götürüldüğü, su ve yakacak gibi temel ihtiyaçların karşılandığı alanları kapsamaktadır (Meydan, 2016). Kışlak yurtları Yörükler ve yetiştirdikleri hayvanların sonbahar aylarından ilkbahar aylarına kadar barındığı, konakladığı ve otlatıldığı alanları kapsamaktadır.

Kışlak yurtları Yörükler için uzun ve zahmetli bir dönemi teşkil etmektedir. Bu dönemde bir yandan düşük sıcaklık değerleri, yağışlar ve don olayları, diğer yandan gebe hayvanların doğumları başlamaktadır. Bu nedenle yurt olarak kullanılacak alanların seçimi büyük önem arz etmektedir.

Kışlak yurdu olarak kullanılacak alanların seçimi yapılırken başta yetiştirilen hayvanların ihtiyaçları ve refahı olmak üzere, Yörükler kendi ihtiyaçlarını da karşılayabilecekleri bazı kriterlere dikkat etmektedir. Bu durum yayla yurtları, göç güzergâhları ve meskenlerin konumlandırılması için de benzer özellikler taşımaktadır.

İlk kriter yetiştirilen hayvanların yeterli bir şekilde beslenmesini sağlayacak otlatma alanlarının varlığıdır. Yörükler hayvanlarını besleyebilecekleri bitki topluluklarının bulunduğu alanları yurt olarak kullanmak istemektedir. Burada bitki örtüsünün varlığı kadar çeşitliliğine de bakılmakta, hayvanların beslenme alışkanlıklarına uygun bitkilerin varlığına dikkat edilmektedir. Nitekim Yörükler yetiştirdikleri hayvanları içinde bulunulan mevsime, aya ve güne uygun bir şekilde otlatmaya çalışmaktadır.

Keçi yetiştiriciliği yapan Yörükler, kış aylarında yeşil kalabilen çalı ve bodur ağaç topluluklarının, ilkbaharda otsu bitki topluluklarının, sonbahar aylarında olgunlaşan çalı ve meşe glikleri (palamutları) gibi meyvelerin varlığına dikkat etmektedir. Aynı zamanda sarp kayalıklar ve uçurumlardan uzak durulmaya çalışılmaktadır. Koyun yetiştiriciliği yapan Yörüklerin de benzer davranışlar sergilediği, farklı olarak otsu bitki topluluklarının varlığını daha çok önemseydiği görülmektedir.

Bu alanların büyük oranda orman arazileri içerisinde bulunduğu düşünüldüğünde, kışlak yurtlarının belirlenmesinde orman arazilerinin yeri ve önemini ortaya çıkarmaktadır. Bu noktada doğal çevre koşullarına ek olarak beşeri çevre koşulları da devreye girmektedir. Orman arazilerinin kullanımı Orman İşletme Müdürlükleri ya da Şefliklerinin hazırlamış olduğu otlatma planları dâhilinde yapılabilmektedir. Dolayısıyla Yörükler kullanmak istedikleri alanların otlatma ve konaklamaya açık olup olmadığını müdürlükler veya şefliklerden öğrenmekte ve kullanım için izin almaktadır. Burada geleneksel kriterlerin yanında güncel izinlerin gerekliliği de görülmektedir.

Otlatma alanları bakımından orman arazilerine duyulan ihtiyaç Yörükleri bu arazilerin bulunduğu dağlık ve tepelik alanlara sevk etmektedir. Burada kastedilen alanlar dağ ve tepelerin yamaçları, sırtları, alçak kesimleri ve ovalar ile kesişen noktalarıdır. Böylece tarım arazileri ve yerleşim birimlerinden uzak kalınması ve olası zararların önlenmesi sağlanmaktadır. Bu süreç hafif eğimli ya da nispeten düz arazilerin tercih edilmesini beraberinde getirmektedir. İstisnai olarak bazı Yörüklerin bu alanlara komşu tarım arazilerini tercih ettiği de görülmektedir (Fotoğraf 1).



Fotoğraf 1: Kışlak Yurtlarından Görünümler

Sonbahar aylarından İlkbahar aylarına kadar kullanılan yurtlarda, başta kış mevsimi olmak üzere günlük ortalama sıcaklık değerlerinin 0°C ve üzeri olması beklenmektedir. Bu değerlerin sağlanması için Yörükler, sıcaklık değerlerine etki eden faktörlerden yükselti, bakı ve rüzgârları, özellikle de kuzey yönlü soğuk rüzgârları dikkate almaktadır.

Örneklem olarak belirlenen kışlak yurtları üzerinden açıklamak gerekirse, mevcut yurtlar 14 m ile 1330 m arasında çeşitli yükselti basamaklarında bulunmaktadır. Bu yurtlardan yalnızca biri İl sınırları dışında Fethiye (Muğla) sınırları içerisinde ve 14 m yükseltide bulunmaktadır. Geriye kalan yurtlar İl sınırları içerisinde bulunmakta ve 800-1330 m arasında değişen yükselti basamaklarında bulunmaktadır. İl arazilerinin büyük bölümünün 500-1000 m ve 1000-2000 m arasında (Güngör ve Polat, 2005) değişen yükseltilerde olduğu dikkate alındığında yurtların mümkün olduğunca alçak seviyelerde tutulmaya çalışıldığını göstermektedir.

Yörükler uygun şartların sağlanması durumunda güney, güneydoğu ve doğu yönüne bakan arazilere öncelik vermektedir. Böylece Güneş ışınlarından daha fazla yararlanılmaya çalışılmaktadır. Güneşlenme için gösterilen hassasiyet, rüzgârın varlığı ve yönü için de gösterilmektedir. Özellikle kuzey yönlü soğuk rüzgârlardan korunmak için kuzey yönlerini kapatan tepe ve sırtlardan faydalanılmaktadır. Ayrıca sıcaklık değerlerine etki eden faktörler ile bağlantılı olarak kar yağışları ve karın yerde kalma sürelerine de dikkat edilmektedir.

Kriterlerden bir diğeri su kaynaklarıdır. Yörükler yetiştirdikleri hayvanlar ile kendi ihtiyaçlarını karşılayabilecekleri debide ve kesintisiz akış sağlayan su

kaynaklarının varlığına dikkat etmektedir. Ancak sahanın karstik yapısı su kaynaklarına olan erişimi sınırlandırmaktadır. Bu sebeple su kaynaklarının dağılışı sıkı sıkıya takip edilmektedir. Son yıllarda traktör ve su tankeri gibi araçlarla taşıma su sağlansa da ilk tercih suyun doğal yollarla temin edilmesidir.

Kışlak yurtlarının belirlenmesi sürecinde doğal kriterler kadar beşeri kriterler de etkili olmaktadır. Bunlardan ilki yukarıda da değinilen otlatma planları ve bu planlar dâhilinde alınan izinlerdir.

İkinci sırada yurt olarak kullanılacak alanlara yönelik kiralama bedelleri gelmektedir. Ekonomik anlamda önemli miktarlara ulaşabilen bu ücretler otlatma ve konaklama bedellerine karşılık gelmektedir. Bu nedenle kiralama bedeli olmayan ya da düşük miktarlarda olan alanların tercih edilmesine dikkat edilmektedir.

Bir diğer kriter yetiştirilen hayvanlar ile rekabete girebilecek ikinci bir sürünün varlığıdır. Yörükler yurt ve yakın çevresinde kendi hayvanları dışında bir sürünün olmamasına özen göstermektedir. Mecbur kalınmadığı sürece iki farklı yurt ve iki farklı sürünün yan yana gelmemesine dikkat edilmektedir. Bu sayede otlatma yapılan alanların daralması ve tahrip edilmesi, su kaynaklarına yönelik kullanımın kısıtlanması, sürülerin ve özellikle köpeklerin çatışması gibi olumsuzlukların önüne geçilmek istenmektedir.

Son kriter ulaşım imkanlarıdır. Yük ve çeki hayvanlarının yerini alan traktör, otomobil, motosiklet, pikap ve kamyonet gibi taşıtların ilerleyebileceği yolların varlığına dikkat edilmektedir. Ulaşılabilir olma isteği hem ihtiyaçların karşılanması hem de çocukların okula gitmesi için önem arz etmektedir.

Yörüklerin görüşlerini belirten bazı örnekler ise şu şekildedir:

K.K.8: *“Uzun yıllar boyunca tam göçer olarak yaşadım ve farklı kışlak yurtları kullandım. 2010 yılında akrabalarımızın tavsiyesi ile Bucak ilçesi Atilla Mahallesi’nden tarla satın aldım. O tarihten itibaren kışlak yurdu olarak kendi tarlamı kullanıyorum. Bu tarlayı tercih ederken dağlık alanın hemen bitişiğinde olmasına çok dikkat ettim. Çünkü keçilerimi yaylıma çıkarabileceğim orman arazisine yakın olmam gerekiyordu. Dağlık alan üzerinde keçilerin yiyebileceği çalı, ağaç ve ot gibi bitkilerin varlığına dikkat ettim. Bunların sürüye yetip yetmeyeceğine baktım. Kış aylarında sıcak olmasına ve kar yağışlarına dikkat ettim. Yakın çevrede su kaynağı olmamasına karşın, bu sorunu tarlada açtırdığım sondaj ile çözdüm. Çocuklarımla okula gitmesinden dolayı (taşımali olarak) yol ve ulaşım imkânlarına da dikkat ettim. Otlak ve kira ücretlerine dikkat ettim ama burada yaylıma çıkmam için Bucak Belediyesi’ne hayvan başına 11 TL (2018) ücret ödüyorum ”*

K.K.12: *“En başta sıcak olmasına dikkat ediyorum. Şuan kullandığım yurt güney cephe, güneşi çok görüyor. Böyle olunca çabuk ısınıyor. Karın yerde*

kalma süresine dikkat ederim. Güneşi çok görmenin bir diğer faydası da kar yağdığı zaman çabuk eriyor. Yaylım alanlarının ve bu alanlarda bulunan bitkilerin sürüye yeterli olup olmadığına dikkat ederim. Bu nedenle yurdu orman arazisi içerisine kuruyorum. Yurt çevresinde su kaynağının bulunmasına çok dikkat ediyorum. Çünkü kalabalık bir sürüye bakıyorum. Bu bağlamda yakın çevrede ikinci bir sürünün olmamasına dikkat ederim. Yurda ulaşabileceğim bir yolun olmasına da dikkat ediyorum. Su kaynağında suyun azaldığı dönemlerde traktör ve su tankeri ile taşıma su getiriyorum. Ormancılardan izin almaya dikkat ediyorum. Hem yurt yeri için hem de yaylım alanları için izin alıyorum.”

K.K.17: “Sıcak olmasına ve karın yerde kalma süresine dikkat ederim. Kendi köyüm yüksek olduğu için soğuk ve karlı oluyor. Bu yüzden köyümü seçmek yerine daha alçakta olan ve daha sıcak olan burayı tercih ediyorum. Soğuk rüzgârlardan korunmaya dikkat ediyorum. Kuzey yönünden rüzgârın esmemesi için bulunduğum yamacın güney ve doğu yakasını kullanıyorum. Yani sırtımı kuzeyden gelebilecek rüzgârı kesen bir yamaca dayıyorum. Yönüm de güneşe doğru duruyor. Güneşi bol almaya dikkat ediyorum. Güneş bol olunca kar yağsa da çabuk eriyor. Yaylım alanlarının varlığına ve hayvanlarıma yetip yetmeyeceğine dikkat ediyorum. Suyun bulunmasına dikkat ediyorum. Yakın çevremizde su kaynağı var. Fakat yurdun kurulu olduğu yerden alçakta bulunuyor. Sürüyü buradan rahatça suluyorum, ama kendimiz için traktör ve su tankeri ile taşıma su getiriyorum. Ulaşım dikkat ediyorum. Ana yoldan yurda kadar yol var. Otlak ve kira ücreti ödememeye dikkat ediyorum. Buraya geldiğimiz ilk yıllarda bu ücretleri ödemiştik. Sonrasında yurdun sınırları içerisinde bulunan yerleşmeye ikametgâhımı taşıdım. Artık buralıyım ve herhangi bir ücret ödemiyorum.”

Belirlenen kriterlere uygun alanların seçimini yapan Yörükler bu alanları yaşanılabilir yerlere dönüştürmekte, üzerine yurt kurmakta ve uzun yıllar boyunca kullanmaktadır. Bu nedenle nesiller boyunca kullanılan bu yurtlara “ata yurdu” denilmektedir. Mecbur kalınmadıkça ata yurtları değiştirilmemekte ya da başka bir aile tarafından kullanılmamaktadır. Bu da yaşanan yere olan aidiyeti kuvvetlendirmekte ve kendileriyle özdeşleşmesini sağlamaktadır.

Burada örneklem dâhilinde bulunan Yörükler tarafından terkedilmiş bir uygulamaya da yer vermek gerekmektedir. Geçmiş yıllarda bazı Yörükler belirledikleri kışlak yurtları içerisinde farklı araziler kullanmaya ve aynı arazi üzerinde 2-3 yıldan fazla konaklamamaya dikkat etmişlerdir. Aynı arazinin uzun yıllar boyunca kullanılması bit, pire, kene gibi parazitlerin çoğalmasına ve beraberinde çeşitli hastalıkların ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Bu durumu önlemek adına Yörükler başta hayvan barınakları olmak üzere diğer mesken ve

eklentilerinin kurulu olduğu alanları belirli aralıklarla değiştirmiştir. Bu süreç “eski” ve “yeni” olarak adlandırılmaktadır. Şöyle ki 2019 yılında kullanılan alan eski, 2020 yılında farklı bir alanın kullanımı yeni olarak nitelendirilmektedir. Bu uygulama “gen” ve “sala” (Tuztaş Horzumlu, 2014) olarak da adlandırılmaktadır. Uygulamanın terk edilmesinde, kullanılan mesken ve eklentilerinin geçmişe göre daha sabit oluşu, parazitlere karşı ilaçlı mücadele ve hayvan barınaklarının çeşitli dezenfektanlarla temizlenmesinin etkili olduğu düşünülmektedir.

Yayla Yurtları

Yayla yurtları Yörükler ve yetiştirdikleri hayvanların yaz aylarında barındığı, konakladığı ve otlatıldığı alanları kapsamaktadır. Bu alanlar aynı zamanda üretimin, bolluğun ve ekonomik kazancın sağlandığı dönemi de kapsamaktadır. Bu durum kışlak yurtlarında olduğu gibi yayla yurdu olarak kullanılacak alanların seçimine büyük bir önem yüklemektedir. Seçim sürecinde yine birtakım kriterlere dikkat edilmektedir.

Yayla kavramı ile özdeşleşmiş olan serin hava şartları Yörüklerin dikkat ettiği kriterlerin başında gelmektedir. Bu bağlamda dikey yönde hareket (göç) edilerek, artan yükselti ile birlikte sıcaklık değerlerinin düşmesi sağlanmaktadır. Örneklem olarak belirlenen yayla yurtları üzerinden açıklamak gerekirse, mevcut yurtlar 1425 m ile 2033 m arasında çeşitli yükselti basamaklarında bulunmaktadır. Burada tersine göç yapan ve yaz mevsimini ova tabanında geçiren kaynak kişiye ait bir yurt hariç tutulmaktadır. Bunun yanında bir yurt da İl sınırları dışında 1432 m yükseltide bulunmaktadır. İlde bulunan ve ortalama yükseltileri 2000 m’yi aşan dağlık kütleler göz önünde bulundurulduğunda, yurtların mümkün olduğunca yüksek kesimlerde tutulmaya çalışıldığı görülmektedir. Burada bitki topluluklarının varlığına da bakılmakta ve orman üst sınırına dikkat edilmektedir.

Bir diğer önemli kriter yetiştirilen hayvanların yeterli bir şekilde beslenmesini sağlayacak otlatma alanlarının varlığıdır. Burada kışlak yurtları ile benzer şekilde bitki topluluklarının varlığı ve çeşitliliğine dikkat edilmektedir. Koyun yetiştiriciliği için otsu bitki topluluklarının, keçi yetiştiriciliği için otsu bitki topluluklarının yanında az da olsa çalı ve ağaç topluluklarının varlığına bakılmaktadır. Bu bağlamda yaz aylarında mümkün olduğunca yeşil kalabilen bitki topluluklarının bulunduğu alanlar tercih edilmeye çalışılmaktadır. Bu noktada yükselti basamaklarından faydalanılmaya çalışıldığı da görülmektedir. Şöyle ki Yörükler otsu bitki topluluklarının otlatılmasına alt basamaklardan başlamakta ve üst basamaklara doğru genişletmektedir. Sarp kayalıklar ve

uçurumlardan uzak durulması ile orman arazilerinin kullanımına yönelik uygulamalar kışlak yurtları ile aynı özellikleri taşımaktadır.

Tersine göç yapan bir kaynak kişi dışında Yörüklerin tamamı yayla kavramının karşılığı niteliğindeki dağların yüksek kesimlerini kullanmaya özen göstermektedir. Bu bağlamda dağlık kütlelerin yamaçları, vadi içleri, tepelik alanlar ve bu alanlar arasında bulunan düz ya da hafif eğimli çeşitli büyüklükteki araziler tercih edilmektedir. Bu araziler arasında sahanın karstik yapısını yansıtan dolin ve uvala gibi erime çukurlarına da rastlanmaktadır (Fotoğraf 2).



Fotoğraf 2: Yayla Yurtlarından Görünümler

Kriterlerden bir diğeri su kaynaklarıdır. Kışlak yurtlarında olduğu gibi su kaynaklarının varlığına oldukça dikkat edilmektedir. Nitekim sahanın karstik yapısı ve yaz kuraklığı istenilen her yer ve her anda suya olan ulaşımı kısıtlamakta ve suya olan ihtiyacı arttırmaktadır. Dolayısıyla su kaynaklarının dağılışı çok sıkı bir şekilde takip edilmektedir. Örnekleme olarak belirlenen yayla yurtları ele alındığında biri dışında tüm yurtların su kaynağına sahip olduğu görülmektedir. Su kaynağına sahip olmayan yurtta ise su ihtiyacı traktör ve su tankeri ile taşınarak sağlanmaktadır.

Yayla yurtlarının belirlenmesi sürecinde kışlak yurtlarında olduğu gibi beşeri kriterler de etkili olmaktadır. Bunlardan ilki orman arazilerinin kullanımına yönelik yasal uygulamalar gelmektedir. İkinci sırada otlatma ve konaklamaya

yönelik kiralama bedelleri gelmektedir. Bu bedelleri ödememek adına Yörükler kiralama bedellerin olmadığı ya da minimum miktarda olduğu alanları tercih etmektedir. Bu ise daha çok nüfusuna kayıtlı olunan yerleşim birimleri sınırları içerisinde bulunan alanların tercihi ile sağlanmaktadır. Bu durum kışlak yurtlarında benzer bir şekilde çözülmektedir. Son olarak da rekabete girilebilecek farklı bir sürünün varlığı ve ulaşım imkânlarının yeterli olmasına dikkat edilmektedir.

Yörüklerin görüşlerini belirten bazı örnekler ise şu şekildedir:

K.K.4: *“Serin ve yaylım alanlarının bol olmasına dikkat ettim. Havalar ısınmaya başlayınca keçiler yukarıya, yükseğe, serine gitmek istiyor. Burası yüksek olduğu için yazın serin oluyor. Yaylım alanları içerisinde çeşitli otlar ve az da olsa ardıç ağacı gibi ağaçlar var. Bunların keçilerin beslenmesinde yeterli olup olmadığına dikkat ettim. Yine yüksek olduğu için ara ara yağmur yağar. Bu yağmur otların kurumamasına yardım eder. Su kaynaklarının varlığına dikkat ettim. Burada yaz boyunca kesilmeyen kaynak suları var. Onlar ile keçilerimi sularım. Kendi ihtiyacımızı da yakınımızda bulunan kaynaktan boru ile getiriyorum. Ormancılardan izin almaya dikkat ederim. Yurt yeri ve yaylım yapacağım yerleri izin alarak kullanıyorum. Haftada en az bir kez köye ve pazara indiğim için yolunun olmasına dikkat ettim. Otlak ve kira ücretlerinin varlığına dikkat ettim. Köyümüzün yaylası olduğu için bu ücretleri vermiyorum.”*

K.K.8: *“Serin olmasına dikkat ettim. Zaten yayla demek serinlik demek. Yükseklerle çıktıkça hava serinliyor. Bundan 15 yıl öncesinde şu anki yurt yerinden farklı bir yeri seçiyordum. Bu yer Sultandağlarının yüksek kesimlerindeki düzlüklerdi. Yüksek tepelerin ağaçsız alanlarında yurt kurardım. Sonrasında vazgeçtim. Oralar şimdiki yurt yerine göre daha yüksek ve serin oluyor ama yağmur yağdığı zaman özellikle de geceleri aşırı soğuk oluyordu. Yine oralarda hiç ağaç yok. Yağmur yağdığında keçiler sığınacak yer arıyordu. Böyle olunca keçiler ıslanıyor, üşüyor ve hasta oluyordu. Bunları tecrübe edince buraya geldim. Çevresinde ağaçlar var. Gördüğün gibi çadır ve ağılı ağaçların altına kurdum. Daha korunaklı oluyor. Bana göre merkezi bir yer burası. Dere yatağında olduğundan dolayı çevredeki tepeleri ve yamaçlarını kullanabiliyorum. Bu da ikinci dikkat ettiğim husus olan keçilerimin yaz boyunca beslenmesini sağlayacak yaylım alanlarının varlığını sağlıyor. Su kaynaklarının varlığına dikkat ettim. Dere yatağında yaz boyu su olur hayvanlar oradan içer, kendimiz içinse yamaçta bulunan kaynaktan hortumla getirdim. Ulaşım yani yolunun olmasına dikkat ettim. Çarşıya, pazara gitmek için yolunun olmasına dikkat ettim. Benden başka yurdun ve çobanın olmamasına dikkat ettim. En son da otlak ücreti olmamasına dikkat ettim.*

Geçmiş yıllarda otlak ücreti veriyorduk ama ben Çay İlçe Tarım ve Orman Müdürlüğü "ne çiftçi/hayvan yetiştiricisi olarak kayıt oldum, yani buranın çiftçisi oldum. Bu sayede hem hiçbir ücret ödemiyorum hem de otlatma izni almış oluyorum."

K.K.22: *"Öncelikle kendi köyümüzün yaylası olduğu için tercih ettim. Bu yüzden hiçbir ücret ödemiyorum. Koyun beslediğim için serin olmasına dikkat ettim. Çünkü koyunlar yazın sıcakta yayılmaz. Yaylın alanlarının bol olmasına, özellikle otların bol olmasına dikkat ettim. Burası bayağı yüksek (2033 m) olduğu için çok kar yağar. Ama bu yıl (2018) yağmadı. Çok kar olunca su da bol olur. Suyun bol olması hem otların uzun boylu ve yeşil olmasını hem de hayvanların sulanmasını sağlar. Hayvanları yaylanın çeşitli noktalarından çıkan kaynak suyu ile suluyorum. Yurdun su ihtiyacını da hemen yakında bulunan kaynak suyundan karşılıyorum. Köye inmek için, ihtiyaçlarımız karşılamak için, pazara gitmek için yolun olmasına dikkat ettim. Ama yol biraz kötü ve bakımsız. Burada benden başka çobanlar da var. Onlar da köyümüzden, zaten muhtarlık dışarıdan kimseye yaylın izni vermiyor. Dağlık alan geniş olduğu için onlara da yeterli yaylın alanı çıkıyor. Herkes farklı bir yöne doğru hayvanlarını gütmeye götürüyor."*

Belirlenen kriterlere uygun alanların seçimini yapan Yörükler bu alanları yaşanılabilir yerlere dönüştürmekte, üzerine yurt kurmakta ve uzun yıllar boyunca kullanmaktadır. Bu süreç ve yurtların kullanımı kışlak yurtları ile aynı özellikleri taşımaktadır.

Göç

"Yörüklerde göç ikidir, ilki yılda iki defa yaylaya ve yayladan kışlağa, ikincisi ömürde bir defa ahirete yapılır" (K.K.26). Göç konar-göçer yaşam biçiminin özünü oluşturmaktadır. Yetiştirilen hayvanların ihtiyaçlarının karşılanması için yapılan bir hareket olup, ilkbahar aylarında kışlak yurtlarından yayla yurtlarına, sonbahar aylarında yayla yurtlarından kışlak yurtlarına doğru yapılmaktadır.

Yörükler Mayıs-Haziran aylarında yayla yurtlarına göç ederken, Eylül-Ekim aylarında yayla yurtlarından kışlak yurtlarına göç etmektedir. Daha önce de değinildiği gibi yayla yurtları bolluğu, üretimi, ekonomik kazancı ve hayvanlar için daha iyi otlakları vaat etmektedir. Bu nedenle göç zamanı ve göç güzergâhının dikkatli ve özenli bir şekilde belirlenmesi gerekmektedir.

Yörükleri yayla yurtlarına göç etmeye sevk eden sebeplerin başında artan sıcaklık değerleri ve kuraklık gelmektedir. Artan sıcaklıklar yüksek kesimlere çıkma alışkanlığı olan Yörükler ve hayvanlar üzerinde huzursuzluğa yol açmaktadır. Bu durum saha çalışmaları sırasında katılım sağlanan otlatma

faaliyetlerinde bizzat gözlemlenmiştir. Bu bağlamda hayvanların otlatma güzergâhlarından ayrılarak yüksek alanlara doğru hareket etme eğiliminde olduğu görülmüştür.

İkinci sebep yine artan sıcaklık değerleri ve kuraklığa bağlı olarak bitki topluluklarının kuruma sürecine girmesidir. Bu kapsamda otsu bitki topluluklarının hızlı bir şekilde kuruduğu, çalı ve ağaç topluluklarının yenilebilir kısımları olan sürgün ve taze yapraklarının sertleşerek odunsu bir hal aldığı görülmektedir. Bu ise hayvanların beslenebileceği imkânların kısıtlanmasına sebep olmaktadır.

Bir diğer sebep kışlak yurtlarının yakın çevresinde bulunan tarım arazilerinde ekip-biçme faaliyetlerinin başlamasıdır. Yörüklerin nadasa bırakılan ya da zirai faaliyetlerde bulunulmayan tarım arazilerinde hayvanlarını otlattığı bilinmektedir. Arazilerin işlenmesi ile birlikte bu alanlar Yörüklerin kullanım alanı olmaktan çıkmakta ve hareket kabiliyetlerini kısıtlamaktadır.

Son olarak da hayvanları rahatsız eden sinek, parazit ve haşerelerin ortaya çıkması etkili olmaktadır.

Yukarıdaki nedenler Yörükleri yaylalara göç etmeye sevk ederken, uygun göç zamanının belirlenmesi de büyük bir önem arz etmektedir. Bu bağlamda bazı kriterler dikkate alınmaktadır. Nisan ayı ortaları ile birlikte kışlak yurtları ısınmaya başlarken, yaylalara ev sahipliği yapan yüksek kesimlerin henüz ısınmadığı görülmektedir. Bu durum yayla yurtları kısmında verilen bilgilerle çelişiyor gibi görünse de, ısınmadan kasıt bulundukları yükselti basamaklarıyla doğru orantılı bir ısınmadır. Bu nedenle yüksek kesimlerin ısınması ve burada bulunan bitki örtüsünün gelişimi beklenmektedir.

Son yıllarda dikkat edilen bir diğer kriter okulların kapanış tarihleridir. Okul çağında çocuğu olan Yörükler zor da olsa okulların kapanacağı tarihe kadar ya da 7-10 gün öncesine kadar beklemeyi tercih etmektedir. Buradaki amaç göç faaliyetinin aile fertlerinin tümüyle birlikte yapılmak istenmesidir.

Bu kriterlere göre Yörükler göç için en uygun zamanın Mayıs ayından başlayarak Haziran ayının ilk haftasını kapsayan süre zarfı olduğunu belirtmektedir. Bu süre zarfının bugün kullanımı giderek azalan halk takvimi ve sayılı günler ile desteklendiği de görülmektedir. Yörükler arasında göçün, havaların ısınacağına ve yaz mevsimine geçişin başlayacağına inanılan Hıdırellez (6 Mayıs) sonrasında gerçekleştirilmesinin uygun olacağı düşünülmekte ve tavsiye edilmektedir (K.K.3, K.K.7, K.K.9, K.K.11). Örneklem dâhilinde gerçekleştirilen göçlere bakıldığında önemli bir kısmının Mayıs ayında yapıldığı görülmektedir. Bu durum halk takvimi ve sayılı günlere olan inancı destekler niteliktedir. Ayrıca Mayıs-Haziran ayları Şubat ve Mart

aylarında doğan oğlak ve kuzuların göç edebilecek erişkinliğe ulaştığı zamana denk gelmektedir.

Gerek yayla yurtlarına yapılan göçlerde gerekse kışlak yurtlarına yapılan göçlerde en kısa yoldan, en hızlı ve en güvenli şekilde hareket edilmesi amaçlanmaktadır. Bu durumu sağlayabilmek adına Yörükler göç güzergâhlarını belirlerken çeşitli kriterlere dikkat etmektedirler.

Saha çalışmaları boyunca çoğunlukla yaya, az da olsa motorlu taşıtlarla göç edildiği görülmüştür. Yaya olarak gerçekleştirilen göçlerde; bitki örtüsü bakımından seyrek, taşlık ve kayalık alanlardan, uçurumlardan ve yüksek eğimli arazilerden uzak, içerisinde patikalar ve su kaynaklarının bulunduğu, son olarak da kullanım iznine sahip güzergâhların oluşturulmasına dikkat edilmektedir (Fotoğraf 3). Buradaki amaç hareket kabiliyetinin artırılmasıdır. Ayrıca sürü içerisindeki oğlak ve kuzuların taşlık ve kayalık alanlar ile uçurumlardan uzak tutulması da amaçlanmaktadır. Bu hayvanların ilk kez göç ettiği düşünüldüğünde olası düşmeler ve yaralanmaların önüne geçilmek istenmektedir.



Fotoğraf 3: Göç Faaliyetinden Bir Görünüm

Motorlu taşıtlar ile gerçekleştirilen göçlerde ise taşıtların ilerleyebileceği yolların varlığına dikkat edilmektedir. Her iki göç faaliyetinde de güneşli ve sıcak bir gün tercih edilmeye çalışılmaktadır.

Yayla yurtlarında geçirilen yaz mevsiminin ardından Sonbahar ayları ile birlikte kışlak yurtlarına dönüş başlamaktadır. Yörükleri kışlak yurtlarına göç etmeye sevk eden sebeplerin başında sıcaklık değerlerinde yaşanan düşüş gelmektedir. Özellikle gece sıcaklıklarında yaşanan düşüşler hayvanları

olumsuz etkilemektedir. Yayla yurtlarının konumu ve yükseltisine bağlı olarak değişmekle birlikte gece sıcaklıklarının Ağustos ayının ikinci yarısında, gündüz sıcaklıkların Eylül ayı ile birlikte düşmeye başladığı görülmektedir. Bu durum hem Yörüklerde hem de hayvanlarda alçak kesimlere inme zorunluluğu doğurmaktadır.

İkinci sebep ot topluluklarının kurumasıdır. Alçak kesimlere göre daha geç gelişim gösteren otsu bitkiler yaz sonu itibariyle kurumaya başlamaktadır. Bu durum otlatma imkânlarının kısıtlanmasına neden olmaktadır.

Bir diğer önemli sebep yağmur ve sis gibi hava olaylarının görülmeye başlanmasıdır. Eylül ayı ile birlikte sıcaklık değerlerinde yaşanan düşüşler bahsi geçen hava olaylarını da beraberinde getirmektedir. Bu dönemde yağın yağmurlar hayvanları olumsuz etkilemektedir. Sis ise görüş mesafesinin düşmesine otlatma sırasında hayvanların kaybolmasına ya da çobanın kontrolünün dışına çıkmasına sebep olmaktadır. Bu ise hayvanların sarp kayalıklarda mahsur kalmasına, düşmesine ya da kurt saldırısına maruz kalmasına neden olmaktadır. Ekim ayı ile birlikte az da olsa kar yağışları da görülebilmektedir. Yörükler arasında istenmeyen bir durum olan kar yağışları yukarıda değinildiği gibi hayvanların olumsuz etkilenmesine ve hastalanmasına sebep olmaktadır. Bu nedenle kar yağışları başlamadan kışlak yurtlarına dönmek istenmektedir.

Son olarak da bazı Yörükler başta buğday ve arpa olmak üzere çeşitli tarım ürünlerinin hasat edilmesinin ardından, hasattan geriye kalan kalıntılar ile hayvanlarını beslemek için ova kenarlarına ya da kışlak yurtlarına erken sayılabilecek bir tarih olan Ağustos ayında göç etmektedir.

Bahsi geçen sebepler uygun bir göç zamanının belirlenmesini de beraberinde gerektirmektedir. Göç zamanı genellikle sıcaklık değerlerinin düşmesi ve yağışların başlamasına göre belirlenmektedir. Bu bağlamda çoğunlukla Ekim ayı ve öncesi tercih edilmektedir. Yayla yurtlarında olduğu gibi eğitim-öğretim süreci de dikkate alınmaktadır. Okul çağında çocuğu olan Yörükler okulların açılacağı tarihlere yakın zamanlarda göç etmeye çalışmaktadır. Bununla birlikte çocukların okul döneminde akrabaların yanına gönderildiği ya da yatılı okullara verildiği de görülmektedir. Ayrıca çocuklar anneleri ya da dede ve nineleriyle kışlak yurtlarına gönderilebilmektedir. Böylece çocuklar okula giderken sürü kısa bir süre daha olsa yayla yurtlarında kalabilmektedir.

Kışlak yurtlarına dönüşü sağlayan göçler, yayla yurtlarına yapılan göçler ile aynı özellikleri taşımaktadır. Bu kapsamda aynı güzergâhlar kullanılmakta olup, yaya ve motorlu taşıtlar vasıtasıyla kışlak yurtlarına dönmektedir.

Meskenler

Hareketli yaşam biçimleri ile Yörükler hayatları boyunca ihtiyaç duydukları hemen her şeyi kendileri ile birlikte taşımaktadır. Bunların başında barınma ihtiyacının karşılandığı meskenler gelmektedir. Bu bağlamda hafif ve kolay taşınabilen, kurulumu basit ve zaman almayan, hareket kabiliyetini kısıtlamayan meskenler tercih edilmektedir.

Eröz (1991) ve Yalman (1993)'ün tespitlerine göre Anadolu göçerleri tarafından üç tip mesken kullanılmaktadır. Bunlar kara/kıl çadır, alaçık ve topak evdir. Bunlar içerisinde kara/kıl çadırlar Yörükler ile özdeşleşmiş durumdadır. Bu durumun ortaya çıkmasında; dokumada kullanılan hammadde olan keçi kılının kolay ve bol bir şekilde temin edilmesi, kısa sürede kurulup-sökülmesi, hafif ve taşınabilir olması, suya karşı dirençli olması ve ısı yalıtımı sağlaması etkili olmaktadır (Bakır, 1995).

Yörüklerin mimari anlayışlarının bir göstergesi olan kara/kıl çadırlar kuruldukları alanları yaşanılabilir yerler haline dönüştürmektedir. Bu bağlamda çadır Yörüklerin doğduğu, doyduğu, inanç ve ibadetlerini gerçekleştirdiği, kendini ifade ettiği, sosyal ve kültürel aktivitelerde bulunduğu ve öldüğü bir merkezdir.

Türkiye'de kara/kıl çadırlar Akdeniz, Ege ve Güneydoğu Anadolu bölgelerinde yaşayan konar-göçerler tarafından kullanılmaktadır (Gürbüz, 1997). Yakın geçmişe kadar yoğun bir şekilde kullanılan kara/kıl çadırlar bugün yerini çeşitli mesken tiplerine bırakmış durumdadır. Bu durum araştırma sahası için de benzer özellikler göstermektedir. Geçmişte yoğun bir şekilde kullanılan kara/kıl çadırlar yerini çatma, alaçık, baraka, taşınabilir konteyner, dam ve evlere bırakmış durumdadır (Fotoğraf 4). Çadırların tercih edilmeyişinde, çadır dokumanın zor ve zahmetli olması, naylon ve branda gibi örtü malzemelerinin ucuz ve kolay ulaşılabilir olması, taş ve ahşap iskeletli yapıların kurulması ve daha uzun süreler kullanılabilir olmasının etkili olduğu düşünülmektedir. Meskenlere ait eklentiler ise ağıl, kuzuluk, ahır, sütlük ocak, tuvalet ve banyodan oluşmaktadır.



Fotoğraf 4: Sırasıyla Kara/Kıl Çadır, Çatma, Alaçık ve Taşınabilir Konteynerden Görünümler

Yurtların belirlenmesiyle birlikte Yörükler başta meskenler olmak üzere hayvanların kullanacağı barınaklar ve diğer eklentilerin kurulumunu gerçekleştirmektedir. Yurtların belirlenmesinde gösterilen hassasiyet mesken ve diğer eklentilerin kurulumunda da gösterilmektedir. Bu yapılar arazi üzerinde herhangi bir alana gelişigüzel bir şekilde kurulmak yerine Yörüklerin belirlediği bir düzen dâhilinde kurulmaktadır.

Kışlak yurtlarında kullanılan meskenler olan kara/kıl çadır, çatma, baraka, ev ve taşınabilir konteynerler arazinin elverdiği ölçüde düz ya da az eğimli bir zemin üzerine kurulmaya çalışılmaktadır. Hayvan barınakları ve diğer eklentiler ise meskenlerin çevresinde konumlandırılmaktadır. Bunlardan ağır ve kuzulukların hafif eğimli araziler üzerine kurulmasına dikkat edilmektedir. Buradaki amaç hayvan dışkıları ve özellikle idrarın eğim doğrultusunda akmasını ve zeminin kuru kalmasını sağlamaktır. Keçi yetiştiriciliği yapan bazı Yörüklerin taşlık zeminleri tercih ettiği de görülmektedir.

Bir diğer husus kuruluş yönleridir. Yukarıda ifade edilen yapıların tamamı güneşten daha fazla yararlanmak için güney, güneydoğu ve doğu yönlerine bakacak şekilde kurulmaktadır. Ayrıca meskenlerin giriş kısımlarının doğu ve güneydoğu yönlerine bakmasına dikkat edilmektedir. Bu noktada güneşten gelen enerjinin yanında gün doğumunun takip edilmesi de amaçlanmaktadır. Böylece Yörükler biyolojik saate göre uyanmakta ve gündelik işlerin başına geçebilmektedir.

Güneşten faydalanmak isteyen Yörükler aynı zamanda rüzgârların varlığı ve yönüne de dikkat etmektedir. Bu kapsamda Yörükler “kuytu” olarak isimlendirdikleri ve özellikle kuzey yönlü rüzgârları önleyebilecek olan tepelik, kayalık ve ağaçlık alanlardan faydalanmaktadır. Bu alanlar bir nevi bariyer olarak kullanılmaktadır. Yine Yörüklerin tabiriyle “yel alan” yerlere (hâkim rüzgar yönüne doğru) mesken ve diğer yapıların kurulmamasına dikkat edilmektedir.

Kışlak yurtlarında dikkat edilen hususlar benzer şekillerde yayla yurtlarında da dikkate alınmaktadır. Bununla birlikte birtakım farklar da bulunmaktadır. Bunlardan ilki meskenlerin kurulumu sırasında (ev hariç) ağaç gövdeleri ve gölgelerinden faydalanılmasıdır. Buradaki amaç kara/kıl çadır, çatma ve baraka gibi meskenlerin kurulumu sırasında ağaç gövdelerini birer direk ya da kolon gibi kullanmaktır. Gölge kısımlar ise sıcaktan korunmak için tercih edilmektedir. Bu süreç başta hayvan barınakları olmak üzere diğer eklentiler için de benzer şekillerde uygulanmaktadır.

İkinci sırada kuruluş yönleri gelmektedir. Mevsim itibariyle güneşlenme süreleri ve sıcaklık değerlerinin yüksek oluşu kuruluş yönleri açısından Yörüklerin serbest davranmasına imkân sağlamaktadır. Bu kapsamda bazı Yörüklerin gün doğumundan haberdar olmak için doğu yönünü tercih ettiği, bazı Yörüklerin serin olması için kuzey yönünü tercih ettiği görülmektedir. Yine yaz boyunca süt ürünlerinin üretildiği ve muhafaza edildiği sütlükler de serin olması için kuzey yönüne bakacak şekilde kurulmaktadır.

İnsan çevre etkileşimi bakımından meskenlerde kullanılan malzemeler ve bu malzemelerin temin sürecine de kısaca değinilmesi gerekmektedir. Kara/kıl çadırlar üzerinden aktarmak gerekirse; çadırların temel yapı malzemesini çullar oluşturmaktadır. Çatı ve duvarları oluşturan çullar keçi kıllarından elde edilen ipliklerin ıstar adı verilen tezgâhlarda dokunmasıyla üretilmektedir. Taşıyıcı parçalarını oluşturan direkler ve direklerin ucuna takılarak çulların yırtılmasını önleyen çanaklar ardıç (*juniperus türleri*) ve çam (*karaçam/pinus nigra* ve *kızılçam/pinus brutia*) ağaçlarının dalları ya da gövdelerinden elde edilmektedir. Çulları birbirine tutturucu ve çuvaldız iğnelerine benzeyen sitil çubukları kürt ağacı ve karamuk (*berberis crataegina*) ağacının dallarından, çadırın sabitlenmesini sağlayan çekecek ve kazıklar çalı (*kermes meşesi/quercus coccifera*) dallarından yapılmaktadır.

Kara/kıl çadırların temel yapı malzemelerini oluşturan parçaların büyük oranda doğal çevreden temin edildiği görülmektedir. Yörüklerin yaşam alanları ve yakın çevrelerinde bulunan bu bitkileri dayanıklı, hafif ve uzun ömürlü olmaları nedeniyle tercih edilmektedir. Kara/kıl çadır örneğinde görülen uygulamalar başta çatma ve alaçık olmak üzere baraka, dam ve evlerde de

benzer şekillerde görülmektedir. Bu durum hayvan barınakları ve diğer eklentiler için de geçerlidir. Bu kapsamda pek çok malzeme çevrede bulunan bitkiler ile kayalardan temin edilmektedir.

Eşine ender rastlanan bir örnek vermek gerekirse; oğlak ve kuzuların birkaç ay boyunca barındığı kuzuluklarda zemin örtüsü uygulaması yapılmaktadır. Örtü malzemesi olarak püren (kantaron/hypericum türlerine ait bitkilere verilen genel ad) ya da yapraklı ardıç dalları (özellikle bozardıç/juniperus excelsa sürgünleri) kullanılmaktadır. Bunlar bir yalıtım malzemesi gibi zemine serilmektedir. Bu sayede hayvanların toprak, idrar ve dışkı ile teması kesilmekte ve kuru bir zemin üzerinde yatmaları sağlanmaktadır (Fotoğraf 5).



Fotoğraf 5: Zemin Örtüsü Uygulaması Yapılmış Kuzuluktan Bir Görünüm

SONUÇ

Yörükler, yetiştirdikleri hayvanların beslenmesi ve refahı için elverişli hava koşulları ile otlak ve mera alanlarına ihtiyaç duymaktadır. Yılın farklı dönemlerinde farklı mekanların kullanılmasını gerektiren bu ihtiyaç Türkiye’de dikey yönde yapılan hareketler (göçler) ile giderilmektedir. Bu süreçte Yörükler yeryüzü şekilleri, iklim, bitki örtüsü, su kaynakları ve beşeri çevre koşullarının sunduğu imkânlardan faydalanmakta, karşılaşılan sorunlar ile mücadele etmektedir.

Araştırma sahasını oluşturan Burdur ili gerek doğal çevre koşulları, gerekse beşeri çevre koşulları ile Yörüklerle elverişli imkânlar sunmaktadır. Sahanın Türklerin Anadolu’ya geliş sürecinden itibaren konar-göçer nüfusa ev sahipliği

yaptığı bilinmektedir. Geçmişte kalabalık gruplar oluşturan bu nüfusun zaman içerisinde çeşitli nedenlerle azaldığı, fakat varlığını koruduğu görülmektedir.

İnsan çevre etkileşimi kapsamında kendi yaşam alanlarını oluşturan Yörükler, diğer insanlar tarafından sınırlı bir şekilde kullanılan dağlar, tepeler, yaylalar, vadiler gibi alanları yaşanılabilir yerler haline dönüştürmüşlerdir. Kendi tabirleriyle yurtlar (kışlak ve yayla yurtları), göç güzergâhları ve bu güzergâhlar boyunca mola verilen alanlar ile hayvanların otlatıldığı sahalar Yörüklerin başlıca yaşam alanlarını oluşturmaktadır.

Çalışma konusunu oluşturan yurtlar ve göç güzergâhlarının belirlenmesi sürecinde çeşitli kriterlerin dikkate alındığı tespit edilmiştir. Bu kriterler çalışma içerisinde detaylı bir şekilde aktarılmıştır. Burada dikkat edilmesi gereken nokta ise bu kriterlerin dayanağını oluşturan bilgi birikimi ve deneyimlerdir.

Yaşam alanlarının belirlenmesi sürecinde dikkate alınan kriterler, Yörüklerin bu doğrultuda faydalandığı geleneksel ekolojik bilgilere karşılık gelmektedir. Uzun yıllar boyunca sürdürülen konar-göçer yaşam biçimi ve hayvancılık faaliyetleri, sahada sosyal, kültürel ve ekonomik anlamda kendine has bir yapının oluşmasına imkân sağlamıştır. Bu yapı aynı zamanda köklü bir kültürel birikimi de beraberinde getirmiştir.

Geleneksel ekolojik bilgi kapsamında faydalanılan bilgi ve tecrübeler bu birikimin birer ürünü olarak karşımıza çıkmaktadır. Dolayısıyla bu bilgi ve tecrübelerin kaynağı ve dayanağı Yörüklerin uzun yıllar boyunca sürdürdükleri yaşam biçimleri ve buna bağlı olarak gelişen kültürel yapıdır. Nitekim Yaşam alanlarının belirlenmesi sürecinde bu bilgi ve deneyimlerden yoğun bir şekilde faydalandığı görülmüştür.

Bu faydalanma durumu yaşam alanlarının belirlenmesinin ardından bu alanlar üzerinde kurulması planlanan mesken ve eklentilerinin konumlandırılması sırasında da devam etmektedir. Bu yapılar arazi üzerinde herhangi bir alana gelişigüzel bir şekilde kurulmak yerine Yörüklerin belirlediği bir düzen dâhilinde kurulmaktadır. Bu düzenin oluşturulması sırasında yine geleneksel ekolojik bilgiler ve kişisel tecrübelerden yararlanıldığı görülmüştür.

Geleneksel ekolojik bilgiye başvurulmuş bir diğer nokta mesken ve eklentilerinin kurulumunda kullanılan malzemelerin temin sürecidir. Bu süreçte kullanım alanına uygun malzemelerin tercih edilmesine dikkat edildiği görülmüştür. Büyük oranda yakın çevrede bulunan bitki ve kayalardan temin edilen malzemelerin dayanıklı, hafif ve uzun ömürlü olmasına dikkat edilmiştir.

Yaşanılabilir hale dönüştürülen alanlar uzun yıllar boyunca kullanılmakta olup, babadan oğula miras olarak bırakılmaktadır. Nitekim her Yörük ailesinin yurt kuracağı alan bellidir. Zorunlu bir durum olmadıkça Yörükler bu

alanlardan vazgeçmez ya da başka bir aile bu alanları kullanmaz. Bu tutum yaşanılan yere olan aidiyeti gözler önüne sermektedir.

Yaşam alanlarına duyulan aidiyet duygusuna rağmen, Yörük yaşam biçimine olan ilginin giderek azaldığı görülmüştür. Bu durumun ortaya çıkmasında değişen sosyo-ekonomik yapı, teknolojik gelişmeler ile genç kuşak Yörüklerin hayvancılık faaliyetlerini zahmetli bir iş olarak görmesinin etkili olduğu düşünülmektedir.

Yörük yaşam biçimine olan ilginin azalması aynı zamanda geleneksel ekolojik bilgi kapsamında faydalanılan bilgi, tecrübe ve uygulamaların da daha az kullanılması anlamına gelmektedir. Bu noktada yaşlı kuşak Yörüklerin bu bilgi ve tecrübeleri aktarmakta zorlandığı, genç kuşak Yörüklerin ise bu bilgi ve tecrübeleri almakta yeterince istekli olmadığı görülmüştür. Bu nedenle bu bilgi ve tecrübelerin kayıt altına alınması ve gelecek nesillere aktarılmasına yönelik çalışmaların yapılması gerekmektedir.

KAYNAKLAR

- Agnew, A. J. (2011). Space and Place. İçinde; *The SAGE Handbook of Geographical Knowledge* (Ed: J. A. Agnew, D. N. Livingstone), ss. 316-331. London: SAGE Publications.
- Akgül, Ç. (2022). Sürdürülebilir Ekolojik Denge İçin Modern ve Geleneksel Üretim Yöntemlerinin Entegrasyonunda Kırsal Kadının ve Kadın Kooperatiflerinin Önemi: Afşar Balam Kadın Kooperatifi Örneği. *Ankara Üniversitesi Çevre Bilimleri Dergisi*, 9(1), 57-71.
- Albayrak, L. ve Yılmaz, C. (2022). Artvin Yaylacılık Kültüründe Kadının Yeri ve Yerel Ekolojik Bilgi. *Türk Dünyası Araştırmaları*, 130(257), 383-406.
- Alcorn, J. B. (1989). Process as Resource: The Traditional Agricultural Ideology of Bora and Huastec Resource Management and its Implications for Research. *Advances in Economic Botany* 7, 63-77.
- Anderson-Levitt, K. M. (2006). Ethnography. İçinde; *Handbook of Complementary Methods in Education Research* (Ed: J.L. Green, G. Camilli, ve P.B. Elmore), ss. 279-295. Washington DC: American Educational Research Association
- Arıkan, Z. (1988). *XV - XVI. yüzyıllarda Hamit sancağı*. İzmir: Ege Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayınları.
- Atalay, İ. ve Efe, R. (2015). *Türkiye Biyocoğrafyası (Bitki ve Hayvan)*. İzmir: Meta Basımevi.
- Ateşgöl, Y. (2021). *Geleneksel Ekolojik Bilgi ve Aksu/Sofular Havzası* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Bakır, İ. (1995). *Batı Toroslarda Göçerlerin Yerleşme ve Mekân Sorunlarının Çözümü Üzerine Bir Deneme*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Selçuk Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Konya.
- Berkes, F. (1993). Traditional Ecological Knowledge in Perspective. İçinde; *Traditional Ecological Knowledge Concepts And Cases* (Ed: J. T. Inglis), 1-9. Ottawa: International Development Research Centre
- Berkes, F. (1999). *Sacred ecology Traditional ecological knowledge and resource management*. London/Philadelphia: Taylor and Francis.
- Berkes, F. (2012). *Sacred Ecology (third edition)*. New York: Routledge
- Berkes, F., Colding, J. ve Folke, C. (2000). Rediscovery of Traditional Ecological Knowledge as Adaptive Management. *Ecological Applications*, 10(5), 1251-1262.
- Büyükoztürk, Ş., Çakmak, E. K., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2012). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri (12. Baskı)*. Ankara: Pegem Akademi Yayınları.

- Büyükaşahin, F. (2017). *Kültür-Çevre Bağlamında Geleneksel Ekolojik Bilginin Korunmasının Önemi: Sarıkeçili Yörükler Örneği* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Büyükaşahin, F. ve Güneş, G. (2016). Geleneksel ekolojik bilginin önemi: Sarıkeçili Yörükler örneği. *Hacettepe Üniversitesi Sosyolojik Araştırma E-Dergisi* 1-21. Erişim tarihi: 15.05.2023, <https://web.archive.org/web/20200729084117/http://www.sdergi.hacettepe.edu.tr/makaleler/FerhatBuyuksahinGulGunes.pdf>
- Büyükaşahin, F. ve Güneş, G. (2017). Pastoral Göçebe Topluluklar ve Kültürel Peyzaj Korumanın Önemi. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 4(1), 36-48.
- Colding, J. (1998). Analysis of hunting options by the use of general food taboos. *Ecological Modelling*, 110(1), 5–17.
- Cramer, J. A. (1832). *A Geographical and Historical Description of Asia Minor (second edition)*. London: Oxford University Press.
- Das, A., Gujre, N., Devi, R. J. ve Mitra, S. (2023). A Review on Traditional Ecological Knowledge and Its Role in Natural Resources Management: North East India, a Cultural Paradise. *Environmental Management*, 72, 113-134.
- Doğan, G. ve Bağcı, E. (2011). Elazığ'ın Bazı Yerleşim Alanlarında Halkın Geleneksel Ekolojik Bilgisine Dayanarak Kullandığı Bitkiler ve Etnobotanik Özellikleri. *Fırat Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi*, 23(2), 77-86.
- Duru, R. (1996). Burdur Bölgesi Neolitik Çağ Mimarlığı ve Anadolu'daki Çağdaşları Arasındaki Konumu Hakkında. *Adalya* 1, 1-22.
- Duru, R. (1999). Burdur Bölgesi'nin Tarih Öncesi Kùltürleri Hakkında Bazı Gözlemler. *XII. Türk Tarih Kongresi Bildiriler Kitabı*, 12-16 Eylül 1994, Ankara, Türkiye, ss. 21-25
- Ekiz, E. (2022). *Kùltürel Coğrafya Açısından Bir Araştırma: Burdur İli Yörükleri*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyonkarahisar.
- Eröz, M. (1991). *Yörükler*. İstanbul: Türk Dünyası Araştırmaları Vakfı Yayını.
- Gadgil, M., Berkes, F. ve Folke, C. (1993). Indigenous knowledge for biodiversity conservation. *Ambio* 22 (2/3), 151–156.
- Geertz, C. (1983). *Local knowledge: Further Essays in Interpretive Anthropology*. New York: Basic Books.
- Görgülü, F. (2000). *Selçuklular Zamanında Göller Bölgesi'nin Siyasi, Sosyal, İktisadi, Dini, ve Kültürel Durumu*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.

- Gül, S. (2020). Kızılırmak Deltasında Yazılmamış Kanunlar: Bir Sulak Alanın Korunmasında Geleneksel Ekolojik Bilginin Rolü. *International Journal of Geography and Geography Education (IGGE)*, 42, 303-327.
- Gül, S. (2022). Türkiye’de İklim Değişikliğiyle Mücadelede Acil Bir Eylem Olarak Geleneksel Ekolojik Bilgiyi (GEB) Keşfetmek. *Coğrafya Dergisi*, 44, 289-306.
- Güler, E. ve Mutlu, A. (2021). Geleneksel Bilgi ve Fikri Mülkiyet Çıkmazında Biyokorsanlık Sorunu. *Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Konferansı*, 5-6 Temmuz 2021, Çanakkale Türkiye, 103-111.
- Güngör, S. ve Polat, A. T. (2005). Burdur İli Turizm ve Rekreasyon Kullanımına Yönelik Topoğrafik Yapı Potansiyelinin Saptanması ve Değerlendirilmesi. *I. Burdur Sempozyumu Bildiriler Kitabı*, 16-19 Kasım 2005, Burdur, Türkiye ss. 627-634.
- Gürbüz, O. (1997). Türkiye’de Göçebe Mesken Örneği: Çadır. *Türk Coğrafya Dergisi*, 32, 185-195.
- Hancock, B. (1998). *An Introduction to Qualitative Research*. Nottingham: Trent Focus Group.
- Johannes, R. E. (1998). The case for data-less marine resource management: examples from tropical nearshore fisheries. *Trends in Ecology and Evolution* 13(6), 243–246.
- Karakaya, H. (2022a). Geleneksel Ekolojik Bilginin Hayata Yansıması: Afyonkarahisar Yöresinde Doğal Yöntemlerle Yoğurt Yapma Teknikleri. İçinde: *Kaz Dağları ve Geleneksel Ekolojik Bilgi* (Ed: M. A. Yolcu), 127-148. Çanakkale: Paradigma Akademi Basın Yayın Dağıtım
- Karakaya, H. (2022b). *Geleneksel Ekolojik Bilgi ve Folklor İlişkisi: Afyonkarahisar Örneği* Yayımlanmamış Doktora Tezi). Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Çanakkale.
- Kim, E. A., Asghar, A. ve Jordan, S. (2017). A Critical Review of Traditional Ecological Knowledge (TEK) in Science Education. *Canadian Journal of Science, Mathematics And Technology Education*, 17(4), 258-270.
- Klee, G. A. (Ed). (1980). *World systems of traditional resource management*. London: Edward Arnold.
- Klubnikin, K., Annett, C., Cherkasova, M., Shishin, M. ve Fotieva, I. (2019). Kutsal Ve Bilimsel: Sibirya Nehri’nin Korunmasında Geleneksel Ekolojik Bilgi (Çev: B. Örkün). *Kültür Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 267-287.
- Knudtson, P. ve Suzuki, D. (1992). *Wisdom of the elders*. Toronto: Stoddart Publishing.

- Köse, E. (2013). Bilimsel Araştırma Modelleri. İçinde; *Bilimsel Araştırma Yöntemleri (2. Baskı)*, (Ed: R. Y. Kıncal), ss. 99-123. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Lasserre, P. ve Ruddle, K. (1983). *Traditional knowledge and management of marine coastal systems*. Paris: UNESCO.
- Meydan, A. (2016). *Sebil Yörükleri*. Ankara: Pegem Akademi.
- Morauta, L., Pernetta, J. ve Heaney, W. (1982). *Traditional conservation in Papua New Guinea: Implications for today*. Port Moresby: Institute of Applied Social and Economic Research.
- Niamir, M. (1990). Herders' decision-making in natural resources management in Arid and Semiarid Africa. *Community Forestry Note*, 4, 157.
- Özçelik, H. ve Çinbilgel, İ. (2016). Çalışma Alanının Genel Tanıtımı. İçinde; *Burdur ili Bitki Envanteri (Ekonomik, Nadir ve Endemik Bitkileri)* (Ed: H. Özçelik), ss. 1-16. Burdur: Burdur Belediyesi Kültür Yayınları.
- Özdemir, N. (2018). Geleneksel Bilgi ve Kültür Ekonomisi. *Türk Dünyası İncelemeleri Dergisi*, 18(1), 1-28.
- Posey, D. A. ve Balee, W. (Ed). (1989). *Resource management in Amazonia: Indigenous and folk strategies*. New York: New York Botanical Garden Press.
- Ruddle, K. ve Chesterfield, R. (1977). *Education for traditional food procurement in the Orinoco Delta*. Berkeley: University of California Press.
- Ruddle, K. ve Johannes, R. E. (Ed). (1989). *Traditional marine resource management in the Pacific Basin: An anthology*. Jakarta: UNESCO.
- Salim, J. M., Anuar, S. N., Omar, K., Mohamad, T. R. K. ve Sanusi, N. A. (2023) . The Impacts of Traditional Ecological Knowledge towards Indigenous Peoples: A Systematic Literature Review. *Sustainability*, 15(1), 1-22.
- Schmink, M., Redford, K. H. ve Padoch, C. (1992). Traditional peoples and the biosphere: framing the issues and defining the terms. İçinde; *Conservation of neotropical forests: working from traditional resource use* (Ed: K. H. Redford ve C. Padoch), ss. 3-13. New York: Columbia University Press.
- Semiz, Ö. (2015). Geleneksel Bilgi, Folklor ve Fikri Mülkiyet Hukuku: Yerel Kollektif Bilginin Hukuki Korunması. İçinde: *Fikri Mülkiyet Hukuku Yıllığı 2013* (Ed: T. Memiş), 377-402. Ankara: Yetkin Yayınları.
- Sharifian, A., Llamazares, A. F., Wario, H. T., Molnár, Z. ve Cabeza, M. (2022). Dynamics of pastoral traditional ecological knowledge: a global state-of-the-art review. *Ecology and Society*, 27(1), 1-64.

- Singleton, B. E., Gillette, M. B., Burman, A. ve Green, C. (2021). Toward productive complicity: Applying “traditional ecological knowledge” in environmental science. *The Anthropocene Review*, 1-21.
- Sofuoğlu Kılıç, N. (2019). Halk Kültüründen Modern Kültüre Ekolojik Yansımalar: Ekolojik Yaklaşım ve Hareketler Üzerine Bir İnceleme. *Yörük Ali Efe Uluslararası Halk Kültürü Araştırmaları Sempozyumu*, 28-30 Kasım 2019, Aydın, Türkiye, ss.1-20.
- Somuncu, M. (2005). *Aladağlar Yaylacılık ve Dağ Göçebeliliği Konusunda Bir araştırma*. Ankara: Gündüz Eğitim ve Yayıncılık
- Soysal, T. (2019). Bir Fikri Mülkiyet Hak Kategorisi Olarak Geleneksel Bilgi ve Geleneksel Bilginin İstismarı Olarak Biyolojik Korsanlık. *Terazi Hukuk Dergisi*, 14(156), 1630-1644.
- Sümer, F. (1972). *Oğuzlar (Türkmenler) Tarihleri-Boy Teşkilatı-Destanları (2. Baskı)*. Ankara: Ankara Üniversitesi Basımevi.
- Tang, R. (2012). *An Analysis of Traditional Ecological Knowledge's Status and its Conservation Options* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Philosophy in Environmental Studies Victoria University of Wellington.
- Temel Eginli, A., Genç, M., Genç, S. ve Ülkü, B. (2020). Somut Olmayan Kültürel Mirasın Geleneksel Ekolojik Bilgi ile Nesiller Arası Aktarımın İncelenmesi: Tarhana Örneği. *Journal of Tourism and Gstronomy Studies*, 8(4), 3067-3089.
- Terzi, S. (2022). *Bayburt İlinde Geleneksel Ekolojik Bilginin Halk Bilimi Açısından İncelenmesi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Bayburt Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Bayburt.
- Tozkoparan, U., Elibol, A. ve Gürlek, M. (2021). Burdur’da Turizm. İçinde; *Her Yönü İle Burdur 2021 İl Yıllığı* (Ed: M. Kılınç), ss. 441-474. Ankara: Uyum Ajans.
- Tuan, Y. F. (2018). Mekan ve Yer: Humanist Perspektif (Çev: Y. Arı). İçinde; *20. Yüzyılda Amerikan Coğrafyasının Gelişimi (2. Baskı)* (Ed: Y. Arı), ss. 235-250. Konya: Çizgi Kitabevi.
- Turan, O. (1984). *Selçuklular Zamanında Türkiye Tarihi*. İstanbul: Nakışlar Yayınevi.
- Tuztaş Horzumlu, A. H. (2014). *Konup-Göçmek, Yerleşmek ve Yaşamak: Sarıkeçili’lerde Mekân ve Anlatı*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Yeditepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Yalman (Yalgın), A. R. (1993). *Cenupta Türkmen Oymakları (C.1-2)*. Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları.
- Yarıcı, M. A. ve Yağbasan, Ö. (2018). Burdur Gölleri Havzası’nın Morfolojik Özelliklerinin Belirlenmesinde Coğrafi Bilgi Sistemlerinin Kullanımı.

- TÜCAUM 30. Yıl Uluslararası Coğrafya Sempozyumu Bildiriler Kitabı*, 3-6 Ekim 2018, Ankara, Türkiye, ss. 822-833.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2013). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri (9. Baskı)*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yılmaz, Ş. (2019). Geleneksel Ekolojik Bilgi Bağlamında Beypazarı Evleri. *Milli Folklor*, 124, 213-229.
- Yolcu, M. A. (2018). Geleneksel Ekolojik Bilgi Bağlamında Çanakkale Halk Botaniği. *Çanakkale Araştırmaları Türk Yılığ*, 16(24), 63-77.
- Yolcu, M. A. (2021). Ayvacık Yöresi Dokumacılığı ve Geleneksel Ekolojik Bilgi. *III. Uluslararası Toplum ve Kültür Araştırmaları Sempozyumu Bildiriler Kitabı*, 1-3 Ekim 2021, Çanakkale, Türkiye, ss. 126-138.
- Yolcu, M. A. (Ed.). (2022). *Kaz Dağları ve Geleneksel Ekolojik Bilgi*. Çanakkale: Paradigma Akademi.
- Yolcu, M. A. ve Aça, M. (2019). Geleneksel Ekolojik Bilgi ve Folklor. *Folklor/Edebiyat*, 25(100), 861-871.
- Zaman, S. (2007). *Fonksiyonel Değişim Sürecinde Antalya Beydağları Yaylaları*. Erzurum: Atatürk Üniversitesi Yayınları.

Kaynak Kişiler

- K.K.1: Mehmet EKİZ, 1952, evli, okuma-yazma biliyor, Anbahan Köyü/Bucak, çiftçi. Görüşme tarihi ve yeri: Ocak-Aralık 2018, Ocak-Aralık, 2019, Anbahan Köyü.
- K.K.3: Cengiz YURTSEVEN, 1968, evli, okuma-yazma biliyor, Bölmepınar Köyü/Çavdır, çoban. Görüşme tarihi ve yeri: 28 Nisan 2018 Bölmepınar Köyü, 17 Temmuz 2018 Çiçekli Mevkii (Rahat Dağı)/Bölmepınar Köyü.
- K.K.4: Serhan AYDIN, 1986, evli, okuma-yazma biliyor, Kestel Köyü/Bucak, çoban. Görüşme tarihi ve yeri: 2 Haziran 2018 İslî Çukur mevkii (Katrancık/Kestel Dağı)/Kestel Köyü, 13 Haziran 2018 Yassıalan Mevkii (Katrancık/Kestel Dağı)/Kestel Köyü, 12 Ağustos 2018 Yassıalan Mevkii (Katrancık/Kestel Dağı)/Kestel Köyü.
- K.K.7: Mehmet GÜLCAN, 1930, bekâr, okuma-yazma biliyor, Kocapınar Köyü/Burdur, emekli çoban. Görüşme tarihi ve yeri: 4 Kasım 2018 Kocapınar Köyü/Burdur.
- K.K.8: Osman OSMANOĞLU, 1982, evli, okuma-yazma biliyor, Atilla Mahallesi/Bucak, çoban. Görüşme tarihi ve yeri: 10 Şubat 2018 Carımköy Mevki (Aladağ)/Bucak, 12 Temmuz 2018 Kirişin Dere mevkii (Sultan Dağları)/Deresinek Köyü-Çay.
- K.K.9: Adem ÖLMEZ, 1977, evli, okuma-yazma biliyor, Kestel Köyü/Bucak, çoban. Görüşme tarihi ve yeri: 1 Nisan 2018 Topaktaş mevkii

(Katrancık/Kestel Dağı)/Kestel Köyü, 13 Haziran 2018 Gonarı Sivrisi mevkii (Katrancık/Kestel Dağı)/Kestel Köyü.

K.K.11: Mehmet ÖZEL, 1946, evli, okuma-yazma biliyor, Hasanpaşa Köyü/Tefenni, çoban. Görüşme tarihi ve yeri: 14 Nisan 2018 Hasanpaşa Köyü, 19 Temmuz 2018 Atçayırı mevkii (Rahat Dağı)/Hasanpaşa Köyü, 1-2 Eylül 2018 Hasanpaşa Köyü.

K.K.12: Ahmet AKIN, 1946, evli, okuma-yazma biliyor, İğdir Köyü/Yeşilova, çoban. Görüşme tarihi ve yeri: 30 Ağustos 2018 Kocayayla (Söğüt Dağları)/Armut Köyü, 30 Eylül 2018 İğdir Köyü.

K.K.17: Şeref DURMAZ, 1963, evli, okuma-yazma biliyor, Çeltikçi, çoban. Görüşme tarihi ve yeri: 13 Mayıs 2018 Peçenek Boğazı mevkii/Çeltikçi.

K.K.22: Zafer YURDUSEVER, 1984, evli, okuma-yazma biliyor, Bölmepınar Köyü/Çavdır, çoban. Görüşme tarihi ve yeri: 17 Temmuz 2018 Gencer yaylası (Rahat Dağı)/Bölmepınar Köyü.

K.K.26: Ramazan KIVRAK, 1961, evli, okuma-yazma biliyor, Karaçulha Mahallesi/Fethiye, araştırmacı yazar. Görüşme tarihi ve yeri: 22 Temmuz 2018 Elmaçukuru mevki (Katrancık/Kestel Dağı)/Aziziye Köyü.

88. Bölüm

Stratejik Planlamaya Dayalı Performans Bütçeleme Sistemi

Yaşar AKÇA¹
Muhammed Emin ÖZTÜRK²

¹ Doç.Dr.; Bartın Üniversitesi İktisadi İdari ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü. yakca@bartin.edu.tr
ORCID No: 0000-0001-6207-0387

² Bartın Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü İşletme Bölümü.
memin.ozturk@hotmail.com ORCID No: 0009-0001-3400-4195

ÖZET

Toplum, ekonomi ve siyasette meydana gelen sürekli değişimler, devlet faaliyetlerinde hesap verilebilirliği, mali saydamlığı, kamu kaynaklarının verimli, etkin ve tutumlu kullanımını gündeme getirmiştir. 1980’li yılların sonlarında Yeni Zelanda ve Avustralya, 1990’lı yıllarda İsveç, ABD, Finlandiya, İngiltere, Danimarka, Hollanda, Kanada ve Fransa, 2000’li yılların başlarında ise Avusturya, İsviçre ve Almanya stratejik planlamaya dayalı performans esaslı bütçeleme sistemine geçiş yönünde düzenlemeler yapmışlardır. Stratejik gelecek ve performans kavramları dikkate alınarak girdi odaklı bütçeleme yerine çıktı odaklı bütçeleme uygulanmaya başlanmıştır. Dünya çapındaki bu trende paralel olarak Türkiye’de de 24 Aralık 2003’de Resmi Gazetede yayımlanarak yürürlüğe giren 5018 sayılı Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanunu ile stratejik planlamaya dayalı performans esaslı bütçeleme sistemine geçilmiştir. Böylece bütçe hazırlama ve uygulamada mali disiplin sağlanmış olup kamu kaynaklarının stratejik önceliklere göre dağıtımı gerçekleşmiştir. Performans esaslı bütçeleme sistemi bir yandan stratejik plan-bütçe ilişkisini sağlarken diğer yandan da performans denetimi için gerekli zemini oluşturmuştur. Sistem sayesinde harcamaların takibi ve hesap verme sorumluluğunun öne çıkması başlıca kazanımları oluşturmaktadır.

GİRİŞ

Dünyada özellikle 1980’li yıllardan itibaren kamu yönetimi anlayışında dönüşüm yaşanmaya başlanmış ve bu kapsamda kamu hizmetlerinin kalitesinin yükseltilmesi, kaynak kullanım kapasitesinin artırılması ile mali saydamlığın geliştirilmesine yönelik uygulamalar hız kazanmıştır. Kamu mali yönetimi alanında yaşanmakta olan en önemli değişikliklerden birisi, girdi odaklı geleneksel bütçeleme anlayışından performans esaslı bütçeleme anlayışına geçilmesidir.

Kamu harcama reformu kapsamında 10 Aralık 2003 tarihinde TBMM’de kabul edilen ve 24 Aralık 2003’de Resmi Gazetede yayımlanarak yürürlüğe giren 5018 sayılı Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanunu ile stratejik planlamaya dayalı performans esaslı bütçeleme sistemine geçilmiştir.

Strateji, Plan, Planlama ve Stratejik Planlama Kavramları

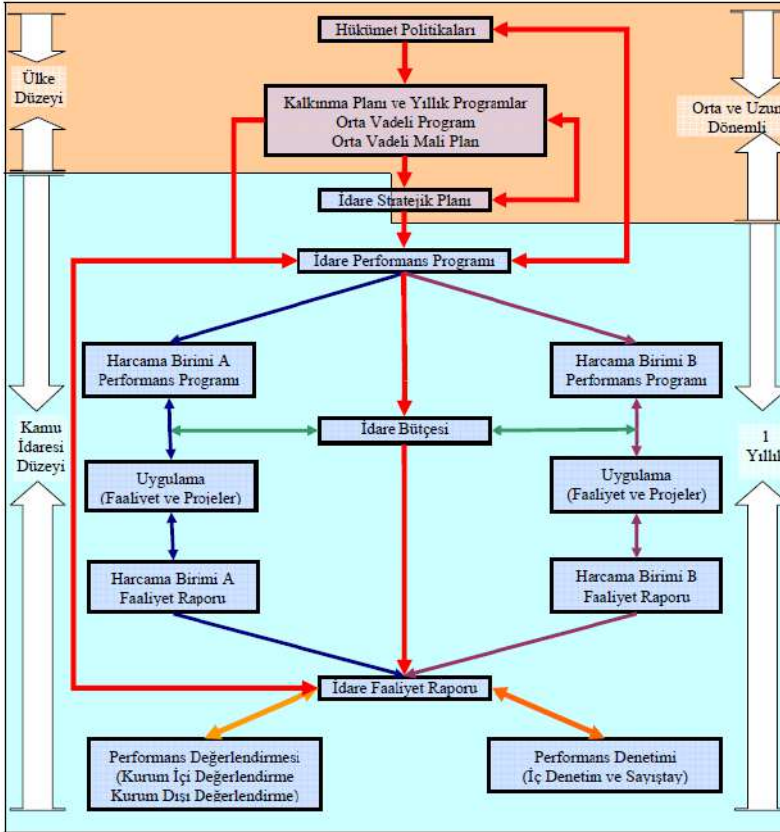
Latince yol ve çizgi anlamına gelen (Eren, 1997) ve Yunanca “stratos” (ordu) ve “ago” (yönetmek, yön vermek) kelimelerinin birleştirilmesinden oluşan strateji kavramı; belirlenen hedeflere ulaşmak için gereken politikalar ve planlar bütünüdür (Jain, 1993). Strateji kavramı, Türk Dil Kurumu Türkçe sözlüğünde, önceden belirlenen bir amaca ulaşmak için tutulan yol olarak açıklanmıştır. Yönetim biliminde strateji, bir organizasyonun amacına ulaşması için izleyeceği yollar anlamına gelmektedir (Aktan, 2006).

Plan kavramı tutulacak yol anlamına gelmektedir. Planlama terimi ise hedeflere ulaştıracak araçların belirlenmesini ifade etmektedir. Burda stratejik planlama uzun dönemli bir plan niteliğindedir. Amaç geleceği şekillendirmek, bugünden ne yapılması gerektiğine karar vermektir (Bayraktar, 2007). Stratejik planlama sayesinde kamu yönetiminin zayıf noktaları ve güçlü yönleri belirlenecek, gelecek öngörülebilir hale gelecektir. Kamu sektörü karar alma süreçlerini hızlandıracak ve yönetim kalitesi iyileşecektir. Ayrıca kamu kurumlarının politika, plan, program ve bütçe uygulamaları arasında ilişkilerin kurulmasına yardımcı olacaktır. Kamuda etkin bir yönetim ve harcama sisteminin oluşturulmasında başlangıç noktası hükmündedir. Somut hedefler ortaya konulmakta ve faaliyetlerde etkinlik, yerindelik, katılımcılık, saydamlık, hesap verme sorumluluğu ilkeleri yerleşmektedir. Süreçlere entegre olmuş bir şekilde denetim ve izlemeyi kolaylaştırmaktadır.

Yasal Altyapı

Hazine ve Maliye Bakanlığı tarafından hazırlanan Performans Esaslı Bütçeleme Rehberi'nde; Performans Esaslı Bütçeleme Sistemi; "Kamu idarelerinin ana fonksiyonlarını, bu fonksiyonların yerine getirilmesi sonucunda gerçekleştirilecek amaç ve hedeflerini belirleyen, kaynakların bu amaç ve hedefler doğrultusunda tahsisini ve kullanılmasını sağlayan, performans ölçümü yaparak ulaşılmak istenen hedeflere ulaşıp ulaşılmadığını değerlendiren ve sonuçları raporlayan bir bütçeleme sistemidir." şeklinde tanımlanmıştır. Performans Esaslı Bütçeleme, üçlü bir yapı üzerine oturmaktadır. Bu yapının ilk unsuru stratejik plandır. Stratejik planın yıllık uygulamasını göstermek üzere yıllık performans programı ikinci unsuru teşkil etmektedir. Performans programına göre yürütülen faaliyetlerin sonuçlarının yıllık faaliyet raporu ile değerlendirilmesi üçüncü ve son unsuru meydana getirmektedir (Erüz, 2005). Sistem yapısının işleyiş mekanizması tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo 1: Performans Esaslı Bütçeleme Süreci



Kaynak: Performans Esaslı Bütçeleme Rehberi, 2004.

Performans Göstergelerinin Tespit Edilmesi

Performans göstergeleri, stratejik planın başarısının ve özellikle uygulama sonuçlarının ölçülmesini sağlayan araçlardır. Performans göstergeleri, kuruluşların stratejik amaç ve hedeflerinin yerine getirilmesinde ulaşılan sonuçları ölçüp değerlendirmek için kullanılır ve performans denetimine temel oluşturur. Performans değerlemede kullanılabilecek pek çok kriter vardır. Bu kriterler, yapılan görevin niteliğine, değerlemede kullanılan yöntem ve değerlendirme sonuçlarının kullanılacağı alana göre farklılık göstermektedir (Halis ve Tekinkuş, 2003).

Performans göstergelerini girdi, çıktı, sonuç, verimlilik, etkililik ve kalite göstergeleri olmak üzere altı grupta incelemek mümkündür. Bunlar:

- *Girdi göstergeleri:* Girdi denildiğinde üretimin gerçekleşmesi için gereken beşeri, mali ve fiziksel kaynaklardır. Bu göstergeler, başlangıç durumunu yansıtır.

- *Çıktı göstergeleri:* Kurumun ürettiği nihai mal ve hizmet miktarına ilişkin bilgi sağlar. Örneğin Karayolları Genel Müdürlüğü için yapılan yolların uzunluğu bir çıktı göstergesidir.

- *Sonuç göstergeleri:* Üretilen ürün ve hizmetin kullanıcı üzerinde meydana getirdiği değişim, sonuç göstergeleri aracılığıyla ölçülür. Karayolları Genel Müdürlüğü örneğinden hareketle ölümlü kaza oranlarındaki azalış sonuç göstergesidir.

- *Verimlilik göstergeleri:* Belirli bir girdi miktarı kullanılarak en yüksek çıktının elde edilip edilmediğine ilişkin bilgi sağlar.

- *Etkililik göstergeleri:* Çıktıların beklenen sonuçlara yol açıp açmadığı etkililik göstergeleri ile ölçülür. Elde edilen çıktı, istenen sonuçları sağlıyorsa söz konusu çıktının etkili kullanıldığı sonucuna varılır.

- *Kalite göstergeleri:* Kalite göstergeleri üretilen mal ve hizmetlerin hatasız, standartlara uygun ve kullanıcıların isteklerini karşılama derecesini ölçmektedir.

Prensip olarak, her bir hedef için mutlaka en az birer girdi, çıktı, verimlilik, sonuç ve kalite göstergesi oluşturulmalıdır. Bir hedef için birden fazla performans göstergesi belirlenebilir. Performans değerlendirmesinde dikkat edilmesi gereken husus, çıktıların faaliyetlerle ilişkilendirilmesi, sonuçların ise stratejik amaçlara karşılık gelmesidir.

PERFORMANS ESASLI BÜTÇELEME SİSTEMİ

Performans sözcüğü iş, yapma, yerine getirme, başarma gibi anlamlara sahiptir. Kamu sektöründe performans kavramının temelinde, hükümetin sunduğu hizmetlerin etkin ve etkili olması gerekliliği ile bunların ölçülebilmesi yer almaktadır. Burada en düşük maliyetle en fazla çıktıyı elde etme

kapsamında **verimlilik**, kullanılan kaynaklar ile üretilen çıktı arasındaki ilişkiyi göstermek üzere **etkinlik**, bu çıktıların toplum üzerindeki sonuçları arasındaki ilişkiyi **etkililik** ifade etmektedir.

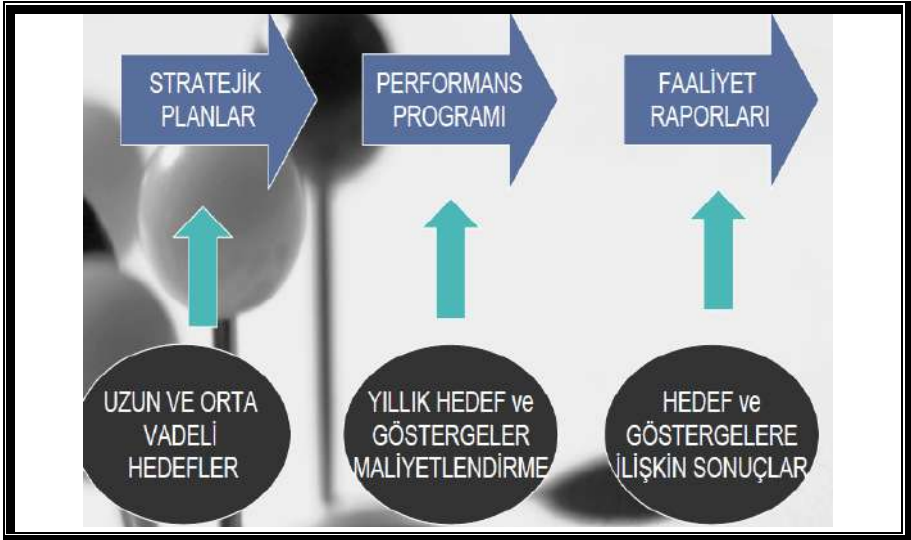
Dolayısıyla, vatandaşların taleplerinin karşılanması ve sorumluların taahhütlerini gerçekleştirme düzeylerinin ölçümünde bütçenin önemi “performans” ile bütünleşmektedir.

Özetle performans esaslı bütçeleme, kamu idarelerinin kendilerine sağlanan kaynaklarla ne yapmayı planladıklarını gösteren bütçe sistemidir. Bu kapsamda performans esaslı bütçeleme, idarenin, yürüttüğü faaliyetler ile ulaşmak istediği hedefleri doğrultusunda üretilen mal ve hizmetleri, bunların kaynak ihtiyacını içeren “çıktı-sonuç odaklı” bütçeleme sistemidir. Performans bütçenin en önemli özelliği; bütçenin girdilerinden çok nihai hedefe odaklanmasıdır. Örneğin, eğitimde sınıflardaki öğrenci sayısını azaltarak kaliteyi yükseltmek, daha çok öğretmen istihdam etmekten daha önemlidir. Burda hedef öğretmen sayısını artırmak değil, sınıflarda verilen eğitimin kaliteli olmasını sağlamaktır.

Sistemin Unsurları

Performans esaslı bütçelemenin unsurlarını; stratejik plan, performans programı ve faaliyet raporu oluşturmaktadır. Burda stratejik planlama için gereken açıklama giriş bölümünde verildiğinden sadece performans programı ve faaliyet raporu açıklanacaktır.

Tablo 2: Performans Esaslı Bütçelemenin Unsurları



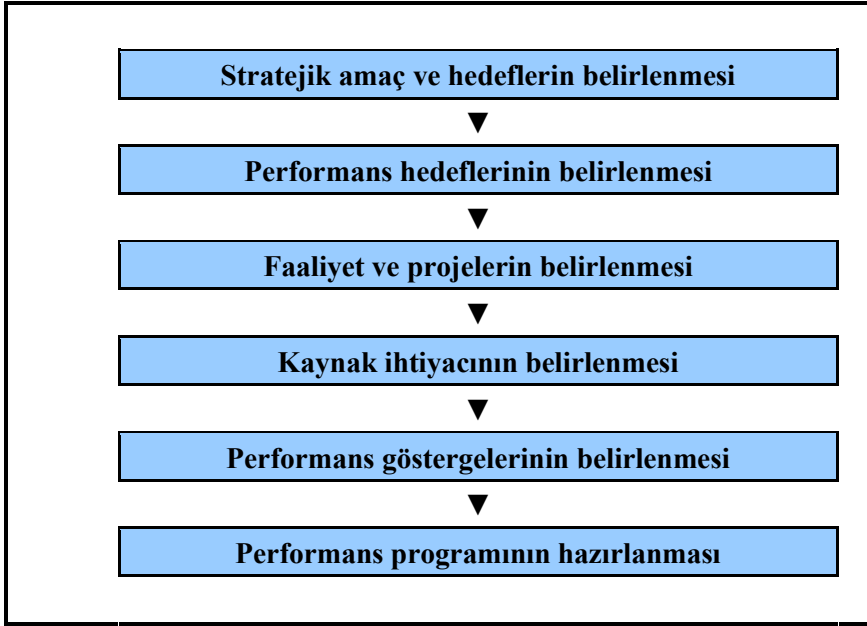
Kaynak: Performans Esaslı Bütçeleme Rehberi, 2004.

Birim Performans Programı

Performans programı, performans esaslı bütçeleme sürecinin ikinci aşamasıdır. Genel anlamda performans programı, bir mali yılda kamu kurumunun stratejik plan doğrultusunda yürütmesi gereken faaliyetleri, bu faaliyetlerin kaynak ihtiyacını, performans hedef göstergelerini içeren, idare bütçesinin ve idare faaliyet raporunun hazırlanmasına dayanak oluşturan belgedir. Özetlemek gerekirse Performans programı, bir mali yılda yürütülecek faaliyetleri belirlemektedir. Tespit edilen hedefler ve göstergeler mali yıl sonunda hazırlanacak olan faaliyet raporu ile performans değerlendirmesine temel oluşturacaktır (bakınız Tablo 3).

Performans programları, harcama birimleri ve idare düzeyinde hazırlanır. İdare performans programı, birim performans programlarında yer alan bilgiler dikkate alınarak oluşturulur. İdare performans programında, birim performans programlarında yer alan bilgilerden idare düzeyinde gerekli görülen bilgilere ve diğer hususlara yer verilir.

Tablo 3: Performans Programını Hazırlama Aşamaları



Kaynak: Performans Esaslı Bütçeleme Rehberi, 2004.

Performans programı şu aşamalar takip edilerek hazırlanmaktadır:

- *Stratejik amaç ve hedeflerin belirlenmesi:* İdarenin stratejik planında yer alan orta ve uzun vadeli amaç ve hedeflerin plan dönemi içerisindeki yıllarda, hangi sırayla, hangi öncelikte, hangi düzeyde gerçekleştirileceği tespit edilir.

- *Performans hedeflerinin belirlenmesi:* Performans hedefleri, bir mali yılda stratejik hedeflere ulaşılması için gereken performans seviyelerini gösterir. Her stratejik hedefin altında bir tane performans hedefi bulunur. Ayrıca oluşturulan performans hedeflerinin hangi harcama birimleri ile ilgili oldukları belirtilir.

- *Faaliyet ve projelerin belirlenmesi:* Kamu idareleri, bu aşamada, hangi tür faaliyet ve projeleri yerine getireceklerine karar verirler. Stratejik hedefler ile performans hedefleri idarenin neyi başaracağını, faaliyet ve projeler ise bunun nasıl başarılacağını anlatmaktadır. Faaliyetler, idarenin cari ve sürekli hizmetlerine yönelik oluşturulur. Projeler ise genellikle yatırım hizmetleri ile ilgilidir. Faaliyet ve projelerin belirlenmesi sürecinden harcama birimleri sorumludur. Faaliyet veya projeler oluşturulurken başka faaliyet ve projelerle çakışmaması için yetki ve sorumluluklar açık olarak ortaya konulmalıdır. Bu kapsamda faaliyet ve proje sorumluları belirlenir.

- *Kaynak ihtiyacının belirlenmesi:* Kamu idarelerinin faaliyet ve projeleri belirli bir maliyetle gerçekleştirilir. İdarenin kaynak ihtiyacı, faaliyet ve proje maliyetlerinin tespiti ile başlar. Bir performans hedefine ilişkin faaliyet ve proje maliyetlerinin toplamı performans hedefinin maliyetini meydana getirir.

- *Performans göstergelerinin belirlenmesi:* Kamu idareleri amaç ve hedeflerini yerine getirmek üzere yürüttükleri faaliyetlerin her boyutunu (girdi, süreç, çıktı, sonuç) ölçmek ve değerlendirmek için performans göstergeleri kullanır. Performans göstergeleri, kaynakların etkili, ekonomik ve verimli kullanılıp kullanılmadığını ölçmeye yardımcı olur.

- *Performans programının hazırlanması:* Her bir faaliyet ve proje için oluşturulan maliyet ve performans bilgileri kullanılarak, belirlenen şekil ve kapsama uygun performans programı hazırlanır. Bir kamu idaresinin bünyesinde bulunan her harcama birimi kendi performans programını hazırlar. Birim performans programları, ilgili harcama yetkilileri tarafından üst yöneticiye verilir. Üst yönetici, birim performans programlarını dikkate alarak idare performans programını oluşturur.

İdare Performans Programı

Bir mali yılda kamu idaresinin stratejik plan doğrultusunda yürütmesi gereken faaliyetleri, bu faaliyetlerin kaynak ihtiyacını, performans hedef ve göstergelerini içeren, idare bütçesi ve idare faaliyet raporunun hazırlanmasına esas teşkil eden programdır. Üst yönetici harcama birimlerinden gelen birim performans programlarını dikkate alarak İdare Performans Programı'nı oluşturur. Kamu idareleri, hazırlayacakları İdare Performans Programı'nı, bu programa göre hazırlayacakları bütçe teklifleri ile birlikte, Temmuz ayı sonuna kadar Hazine ve Maliye Bakanlığına gönderir.

Faaliyet Raporu

Performans esaslı bütçeleme, kamu idarelerinin orta ve uzun vadeli hedeflere ulaşmalarını sağlayacak faaliyetlere ve bunlara kaynak tahsisine ilişkin bütçeleme sistemi olarak idarelere yol göstermektedir. “Faaliyet Raporları”, performans esaslı bütçeleme sistemi içinde gerçekleştirilen faaliyetler ve projelerin değerlendirilmesini sağlamak üzere performans programının uygulandığı mali yılı izleyen yılda, gerekli mercilere sunulmakta ve kamuoyuna duyurulmaktadır.

Gerek 5018 sayılı Kanunda, gerekse ilgili yönetmelikteki hükümlere göre, Faaliyet Raporunda yer alması gereken hususlar şunlardır:

Genel bilgiler: Bu bölümde, idarenin misyon ve vizyonuna, teşkilat yapısına ve mevzuatına ilişkin bilgiler; sunulan hizmetler, insan kaynağı ve fiziki kaynaklar, iç ve dış denetim raporlarında yer alan tespit ve değerlendirmeler yer alır.

Amaçlar ve hedefler: İdarenin stratejik planında yer alan bilgilere, faaliyet yılında izlenen temel politika ve önceliklere değinilir.

Faaliyetlere ilişkin değerlendirmeler: Mali bilgilere (kullanılan kaynaklar, bütçe hedef ve gerçekleştirmeleri ile sapmaların nedenleri, idarenin varlık ve yükümlülükleri, temel mali tablolara ilişkin bilgiler) ve performans bilgilerine (performans programında yer alan hedeflerin gerçekleşme durumu ile sapmaların nedenleri, diğer performans bilgileri gibi) detaylı olarak yer verilir.

Kurumsal kabiliyetler: Kurumun amaç ve hedeflerine ulaşması kapsamında teşkilat yapısı, teknolojik kapasite, güçlü ve zayıf yönlerine dair içsel bir değerlendirme yapılır.

Öneriler ve tedbirler: Bu bölümde, faaliyet yılı sonuçları ile genel ekonomik koşullar ve bütçe imkanları göz önüne alınarak, idarenin gelecekte yapmayı planladığı değişiklik önerileri, karşılaşılabilecek riskler, bunlara yönelik alınması gereken tedbirlere yer verilir.

Stratejik Planlamaya Dayalı Performans Esaslı Bütçelemenin Faydaları

Sistemin başlıca faydaları şunlardır:

- *Mali saydamlık:* Her türlü kamu kaynağının elde edilmesinde ve kullanılmasında denetimin sağlanması amacıyla kamuoyunun bilgilendirilmesini ifade eden mali saydamlık, performans esaslı bütçeleme sisteminde gerçekleşir.

- *Hesap verebilirlik:* Kamu yöneticisinin sorumluluğuna teslim edilen kamu kaynağını, hukuka uygun ve verimli bir şekilde kullandığının hesabını yetkili mercilere vermesine hesap verebilirlik denir (Samsun, 2003). Performans esaslı bütçeleme sistemi, kamu yönetiminde hedeflere dayalı hesap verebilirlik için

nesnel bir zemin oluşturur. Kamu yöneticilerinin taahhüt ettikleri performans hedeflerini gerçekleştirme derecesi kamuoyu tarafından açık belgelerle izlenip değerlendirilebilir.

- *Mali disiplin*: Performans esaslı bütçeleme süreci, Hazine ve Maliye Bakanlığı tarafından izlenmesi durumu mali disiplin olarak kabul edilmektedir. Bu durum kamu harcama birimlerini kaynak kullanırken tasarruflu olmaya zorlamaktadır. Sonuç olarak performans esaslı bütçeleme mali disiplini sağlamada önemli bir araçtır.

- *Performans yönetimi*: Kurumsal başarının elde edilebilmesi için her çalışanın ve birimin performansının geliştirilmesi, bunun için gerekli tedbirlerin alınması ve uygulanması durumuna performans yönetimi denilmektedir (Şentürk, 2005). Performans esaslı bütçeleme sayesinde kurumsal performans ile bütçe arasında bağlantı sağlanmaktadır.

Performans Denetimi

Performans denetimi, performans esaslı bütçelemenin temel üç unsuru olan (stratejik planlama, performans programı ve faaliyet raporu) dışında yer alan bir aşamadır. Ancak denetim aşaması olmadan, sistemin etkin işleyişinin tespiti mümkün değildir. Etkin bir performans esaslı bütçeleme sistemi ancak etkin bir performans denetimi süreci ile gerçekleşebilir. Performans denetimi, kamu idarelerinin hesap verme sorumluluğu kapsamında faaliyet çıktı ve sonuçlarının, performans hedef ve gerçekleştirmelerinin, performans bilgi, izleme ve kontrol sistemlerinin incelenip değerlendirilmesi suretiyle kaynak kullanımının etkinliğinin ve verimliliğinin objektif ve sistematik olarak denetlenmesi anlamına gelmektedir. Performans denetimi aynı zamanda kurumun kapasitesinin artırılmasında bir dayanaktır (Acar ve Şahin, 2008).

Performansın denetlenmesi iç ve dış denetçiler tarafından yerine getirilir. Buna göre dış denetim Sayıştay tarafından yerine getirilmektedir. Kurum içinde görevlendirilen denetçiler vasıtasıyla yürütülen performans denetimi ise özellikle kurumun gerekli önlemleri almasına yardımcı olmaktadır. Öte yandan iç denetim çalışmaları, dış denetime önemli bilgi kaynağı sağlamaktadır (Acar ve Şahin, 2008). Kamuoyuna ve yetkili organlara sunulan bilgilerin güvenilirliği iç ve dış denetime bağlıdır (Erüz, 2006). Ayrıca denetim sonucunda kurumun performans programlarında revizyona gidilebilmektedir.

SONUÇ

Stratejik davranma ve performansı değerlendirme kavramlarını birlikte sistem içinde barındıran yeni bütçeleme anlayışına Stratejik Planlamaya Dayalı Performans Esaslı Bütçeleme Sistemi denilmektedir. Bu sistemin başlıca unsurlarını; stratejik planlar, performans programları, faaliyet raporları ve performans denetimi oluşturmaktadır. Stratejik planlama ve performans esaslı bütçelemenin en olumlu yönü, mali saydamlığı, hesap verilebilirliği ve performans denetimini azami şekilde sağlamasıdır. Performans esaslı bütçe uygulaması ile kamu kaynaklarının verimlilik, etkinlik ve tutumluluk ilkeleri doğrultusunda yönetilmesi, mali sorumluluğun gerçekleştirilmesi sağlanmıştır. Hazırlanan bütçelerin stratejik planlarda yer alan misyon, vizyon, stratejik amaç ve stratejik hedeflerle uyumlu olarak yürütülmesi, stratejik planlama ve performans esaslı bütçelemenin diğer bir olumlu yönlerini meydana getirmektedir.

Değişen dünyada tesadüfe dayalı bir başarı olamaz. Her çalışma planlı ve programlı olmak zorundadır. Stratejik planlamaya dayalı performans esaslı bütçeleme sisteminin başarısı için uygun bir kurum kültürü, ekip ve liderlik anlayışının varlığına ihtiyaç vardır. Stratejik planların hazırlanmasında nitelikli personel için eğitim ve bilgilendirme çalışmaları şarttır. Kamu kurumlarında çalışan en alt düzeydeki personelden en üst düzeydeki yöneticiye kadar tüm çalışanlar, bu konuda eğitim almalıdır. Önemli olan bu sistemin kamu idarelerince doğru uygulanması ve sahiplenilmesidir. Verimlilik ve etkinlik anlamında sistemin beklenen sonuçları vermesi ise, süreçte görev alanların sistemin uygulanmasında gösterecekleri hassasiyete ve başarılı çalışmalara bağlıdır.

Son söz olarak stratejik planlamaya dayalı performans esaslı bütçeleme kendi içinde birçok unsurun tam uyumunu gerektirmektedir. Sistemin bilinçli bir şekilde uygulanmasına bağlı olarak başarılı sonuçlar sürdürülecektir.

REFERANSLAR

- Acar, İ. ve Şahin, E. A. (2008), Yerel yönetimlerde mali yönetim: iç denetimden stratejik plana yeni arayışlar, *1.Ulusal Yerel Yönetimler Sempozyumunda Sunulmuş Bildiri*
- Aktan, C.Can. (2006). Kamu mali yönetiminde stratejik planlama ve performans esaslı bütçeleme., Ankara: Seçkin Yayınevi
- Baltacı, M. ve Yılmaz, S. (2006). Yerel yönetimlerde hesap verebilme mekanizmasının önemli aktörleri: İç kontrol ve iç denetim, Editörler: A. Güner, ve S. Yılmaz, *Mali yerelleşme: teori ve uygulama üzerine yazılar*, (pp. 247-268). İstanbul: Güncel Yayıncılık.
- Bayraktar, B. B. ve Kakırman Yıldız, A. (2007). Kurumsal bilginin stratejik planlama süreci, *Bilgi Dünyası*, 8(2), 280-296.
- Can, T. (1996). *Kamu kurumları için stratejik planlama*, Ankara: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Çoban, H. (1997). Bilgi toplumuna planlı geçiş: gelecekte kaçılmaz; bilgi toplumuna planlı geçiş için stratejik planlama ve yönetim bilgi sistemi uygulanması. İstanbul: İnkılap.
- DPT (2006). Kamu kuruluşları için stratejik planlama kılavuzu, Ankara: DPT Yayınları.
- Eren, E. (1997). İşletmelerde stratejik yönetim ve işletme politikası, İstanbul: Der Yayınları.
- Ereş, F. (2004). Eğitim yönetiminde stratejik planlama, *Gazi Üniversitesi Endüstriyel Sanatlar Eğitim Fakültesi Dergisi*, 15, 21-29
- Erüz, E. (2006). Yeni mali yönetim yapısında performans esaslı bütçeleme: Türkiye'de yeniden mali yapılanma. *20.Türkiye Maliye Sempozyumuna Sunulmuş Bildiri*.
- Halis, M. ve Tekinkuş, M. (2003), Kamuda Performans Yönetimi, Editörler: Asım Balcı, Ahmet Nohutçu, Namık Kemal Öztürk, Bayram Coşkun, *Kamu Yönetiminde Çağdaş Yaklaşımlar* (pp. 223-254). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Jain, S.C. (1993). *Marketing planning and strategy*, Ohio: South Western Publishing
- Maliye Bakanlığı Bütçe ve Mali Kontrol Genel Müdürlüğü (2004). Performans Esaslı Bütçeleme Rehberi. Ankara: Maliye Bakanlığı Yayınları.
- Samsun, Nihal (2003). *Hesap verebilirlik ve iyi yönetim*, Ankara: Maliye Bakanlığı Yayınları.

Şentürk, H. (2005). *Belediyelerde performans yönetimi*, İstanbul: İlke Yayıncılık.

Tüğen, K. (2007). *Devlet Bütçesi*, İzmir: Başsaray Matbaası.

Özen, Ahmet (2008). *Performans esaslı bütçeleme ve Türkiye uygulanabilirliği*, Ankara: Maliye Bakanlığı Strateji Geliştirme Başkanlığı.

Yılmaz, S. (2007). *Performans esaslı bütçeleme ve Türkiye'deki pilot uygulamalar*, Ankara: Maliye Bakanlığı Bütçe ve Mali Kontrol Genel Müdürlüğü.

5018 sayılı Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanunu.

89. Bölüm

Nefret Söylemi Ve Futbol İlişkisi: 5 Mart 2023 Tarihinde Oynanan Amedspor- Bursaspor Futbol Maçında Açılan Posterlerin Ve Twitterdeki Nefret Söylemlerinin Değerlendirilmesi

Dilber İDACI ¹
İrem Hanım FIRAT²

¹ Yüksek Lisans Öğrencisi /Atatürk Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo Televizyon ve Sinema Bölümü

² Yüksek Lisans Öğrencisi /Atatürk Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo Televizyon ve Sinema Bölümü

Öz

Dijital dünyada yaşanan hızlı gelişmelerle birlikte hayatımızın merkezine yerleşen sosyal medya platformlarında kullanıcılar, içerik üretimi kapsamında dâhil olabilecekleri yeni mecralar elde etmişlerdir. Böylece kitle iletişim araçları kullanıcıları, pasif durumundan aktif birer kullanıcı rolü üstlenmeye başlamıştır. Temelde insanları günlük hayatın sıkıntılarından uzaklaştırarak eğlendirme görevi üstlenen spor, dostluk ve barış gibi pozitif değerleri içinde barındırır. Son yıllarda sporun en fazla ilgi duyulan ve seyir açısından tercih edilen alanı futbol, çok sayıda şiddet eylemi ve söylemi ile ülke gündemini meşgul etmektedir.

Bu araştırma kapsamında 05.03.2023 tarihinde oynanan Amedspor-Bursaspor maç müsabakasında yeni medya teknolojilerinden sosyal medya mecrası Twitter’ da öne çıkan nefret söylemleri, içerik analizi yöntemiyle kategorileştirilerek incelenmiştir. Yine bu çalışma kapsamında aynı maç müsabakasında Bursaspor taraftarları tarafından açılan posterler de Göstergebilim yöntemiyle analiz edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: sosyal medya, futbol, twitter, nefret söylemi, içerik analizi, göstergebilim

Relationship Between Hate Speech And Football: On March 5, 2023 Pancards Review Opened At Amedspor- Bursaspor Football Match And Hate Speech On Twitter

Abstract

With the rapid developments in the digital world, social media platforms, which have become the center of our lives, have provided new channels for users to be involved in content production. Thus, mass media users started to assume the role of active users from their passive status. Sport, which basically undertakes the task of entertaining people by distracting them from the troubles of daily life, includes positive values such as friendship and peace. Football, which is the most popular and preferred field of sports in recent years, occupies the agenda of the country with its many acts of violence and discourse.

Within the scope of this research, the hate speech that came to the fore on Twitter, one of the new media technologies, in the Amedspor-Bursaspor match played on 05.03.2023, was analyzed by categorizing it with the content analysis method. Again, within the scope of this study, the banners opened by Bursaspor supporters in the same match competition were also analyzed with the Semiotics method.

Keywords: Social media, football, twitter, hate speech, content analysis, semiotics

Giriş

İnsanların özgür ifade alanı olarak tanımladıkları bilgi akışının bu kadar yoğun ve hızlı yaşandığı sosyal medya platformları, insan hayatının hemen hemen her alanına sirayet ederek değişim ve dönüşümleri kaçınılmaz kılmıştır. Aslında her yeni teknolojik gelişim gibi sosyal medya da insanların hayatını kolaylaştırmak için ortaya çıktığı söylenebilir.

Kitle iletişim araçları bağlamında değerlendirildiğinde meydana gelen hızlı ve köklü değişiklikler yeni yayın platformlarının ortaya çıkmasını sağladığı ve bu yayın türlerinde kullanıcıların daha aktif ve hızlı bir şekilde yer aldığı söylenebilir (Timisi, 2003). Dijital medya türlerinden sosyal medya platformlarında kullanıcı, aktif olmakla birlikte dikkat edilecek önemli hususlardan bir diğeri de bu siber ortamda herhangi bir kısıtlama olmaksızın özgürce yapılan paylaşımlardır.

Yeni iletişim teknolojileriyle birlikte zaman ve mekândan bağımsız olarak herkesin istediği bilgiye eşit mesafede olması; bilginin her yerde her an ulaşılabilir ve kullanıcılar tarafından üretilebilir olması iyimser bir süreç olarak görülebilir. Nitekim artarak hızla yayılan bilgi enformasyonu, McLuhan'ın dediği gibi dünyayı global bir köye dönüştürmekle kalmıyor insanların hem özel kimliklerine hem de ulusal kimliklerine teknolojinin bir parçası halinde sosyal yapı içerisinde farklı birer form kazandırmaktadır. Dijital dünyanın en önemli aktörlerinden sosyal medya şirketleri, kurumlar ve kamu otoriteleri gibi gündem belirleyiciler, teknolojinin olanaklarını kullanarak insanları yönlendirip yanıltabilir ya da doğru bilgiye ulaştırabilirler (Yengin & Bayrak , 2018).

Günümüzde dijital medya platformlarında özellikle de sosyal medya da nefret ve ayrıştırıcı ifadeleri içeren söylemlerin yoğun olarak kullanıldığı görülmektedir. Irkçı, cinsiyetçi ve şiddet içeren söylemlerin kullanıcılar tarafından sanal ve kamuya açık ortamlarda paylaşılması toplumsal yapı içinde de ayrımcılığa sebep olmaktadır. Sosyal medyanın yüz yüze iletişimden farklı olarak korunaklı bir yapıda olması, kullanıcıların kendi görüşlerine dönüt alma kapsamında beğeni ya da karşıt görüş alma amacıyla sert ve hedef gösteren ifadeler kullanabilmektedirler. Bu yeni sanal dünyaya yönelik yasaların yetersizliği ve hukuksal süreçlerin hazırlıklı olmaması, bu söylemlerin cezasız kalmasına ve tabii olarak bu tarz söylemlerin yeniden dolaşıma sokulmasına yol açmaktadır.

Küresel düzeyde nefret söylemlerinin ve beraberinde şiddet eylemlerinin giderek arttığını ve yaygınlaştığını görebilmekteyiz. Ülkemizde de bu söylem ve eylemlere tanık olmakla birlikte özellikle spor müsabakalarının, nefret söylemi ve şiddet eylemlerinin yoğun bir şekilde yaşanmasına sebep olduğu anlaşılmaktadır. Fanatizme dönüşen bu taraftarlığın sebep olduğu nefret söylemi ve şiddet bazen haftalarca devam edebilmektedir (Çimen Ü. , 2020).

NEFRET SÖYLEMİ

Bir kişi veya grubun etnik kimliği, dini, dili, cinsiyeti, cinsel yönelimi, cinsiyet kimliği, yaşı, engelliliği vb. bunları hedef alan olumsuz saldırı ve ifadeler nefret söylemi oluşturur. Avrupa Konseyi Bakanlar Komitesi'nin 1997 yılında kabul ettiği tavsiye kararında nefret söylemi şu şekilde tanımlanmaktadır: Irkçı nefreti, yabancı düşmanlığını, Yahudi düşmanlığını veya azınlıklara, göçmenlere ve göçmen kökenli insanlara yönelik saldırgan ulusalcılık ve etnik merkezcilik, ayrımcılık ve düşmanlık şeklinde ifadesini bulan, dinsel hoşgörüsüzlük dâhil olmak üzere hoşgörüsüzlüğe dayalı başka nefret biçimlerini yayan, kışkırtan, teşvik eden veya meşrulaştıran her türlü ifade biçimini kapsamaktadır (Weber, 2009).

Nefret söylemi kavramını nefret ve söylem diye iki farklı kavram şeklinde tanımlamak konunun anlaşılması bağlamında yararlı olacaktır. Türk Dil Kurumu'na göre; bir kimsenin kötülüğünü, mutsuzluğunu istemeye yönelik duygu taşımak demek olan nefret, bir duygu olarak tanımlanabilirken bu duygunun bir eyleme dökülmesi şiddetin oluşmasına sebebiyet vermektedir (Çimen Ü. , 2020).

Toplum içerisinde var olan hâkim ve egemen değer, kendisini yeniden var edebilmek için karşıt görüş ve değer inşa ederken nefret söylemi üretmekte ve böylelikle hegemonyasını meşru bir zemine oturtmaktadır. Genel anlamda nefret söyleminin iki temel unsurunun olduğu söylenmektedir. Bunlar; tahammülsüzlük ve hoşgörüden uzaklıktır (Çimen Ü. , 2020).

Nefret Söylemi Kavramları

Nefret söylemi aşırı milliyetçilik, ırkçılık, cinsiyetçilik, İslamofobi veya fanatizm gibi ayrımcı fikir ve düşüncelerden kaynaklanmaktadır. Ancak nefret söylemi, coğrafyadan coğrafyaya ve gücü elinde tutan gruplara göre değişebilmektedir. Güç gruplarının kendilerini hiyerarşik olarak üstün görmeleri gibi ayrımcı yaklaşımları, diğer kişi veya grupların nefret suçlarına maruz kalmasına neden olabilir (Göregenli, 2013).

Bu bağlamda Nefret söylemi çerçevesinde sıklıkla kullanılan ve kategorize edilen kavramlar cinsiyetçilik, militarizm, ataerkillik, ayrımcılık, önyargı, stereotip, homofobi, zenofobi ve damgalamadır (Çimen Ü. , 2020).

En kısa tanımıyla ataerkil kültür, daha çok erkek egemen toplumlarda görülen, toplumun kültürel pratiklerinde kendini gösteren, kadın ve erkek arasındaki farkı toplumsal eşitsizliğe dönüştüren ve onları toplumun bir parçası haline getiren yaklaşımlardır. Cinsiyetçilik diye tanımlanan bu yaklaşım, genel olarak kadınlara yönelik ayrımcılığa neden olan tutum ve eylemlerden beslenmektedir.

Rekabetçi sporlar toplumsal cinsiyetle ilgili dikkat çekici mesajlar içermektedir. Futbol, eril cinsiyet özelliklerinin ön plana çıktığı bir erkek etkinliği olarak görülmekte ve bu bağlamda bu tür aktivitelerdeki başarıların toplumdaki erkeklik algısı ile aynı yönde olduğu görülmektedir (Messner, 1992). Futbol ortamı; rekabetçiliği, hâkimiyeti, başarısı, acıya dayanıklılığı, saldırganlığı, fiziksel gücü ve sonuç/başarı odaklı yapısıyla hem kadınlara hem de diğer erkekliklere karşı üstünlüğün erkekler lehine korunduğu bir erkeklik alanıdır (Messner, Erkekliği inceleyen erkekler: Spor sosyolojisinde bazı epistemolojik sorunlar, 1990).

Erkeklerin erkekliklerini sergiledikleri ve ürettikleri bu alanı inceleyerek futbol maçlarında kullanılan dilden taraftarların oluşturduğu dile, medyanın haber verme biçiminden günlük hayata kadar bu alana farklı açılardan bakmayı sağlayacaktır. Son yıllarda modern anlamda futbol tartışmaları sırasında söz konusu bileşenler arasında yer alan erkeklik ve taraftar kavramları medya aracılığıyla bu spor dalının hızla gelişip kitleselleşmesini sağlamaktadır (Ak & Çakır, 2019).

Gelişmekte olan ve bilinen futbol kültüründe kullanılan metaforlar aracılığıyla karşımıza çıkan oyunda başarılı olan 'erkek', mağlup olan 'dişi' olarak ifade edilmektedir. Bu asimilasyon süreci sıklıkla cinsel argo ile birlikte kullanılmaktadır. Kullanılan sokak dilini temel alan futbol medyasının cinsiyetçi-argo ifadeler içeren sözler söylemesi çok doğal karşılanmaktadır (Talimciler, 2005).

Hegemonik erkekliğin 'mücadeleci' erkeklik olarak bakıldığı, korkusuzluk, zorlukların üstesinden gelme, ölümü bile göze alma inanç ve kararlılığını dayattığı kriterler, erkekler için spor sahasını bir savaş alanına dönüştürüyor. "hırslı ve iddialı ", "terle kanla", "kanıyla canıyla", "biz onların askeriyiz" gibi ifadelerin yer aldığı haber söylemleri erkek sporcuları hedef almaktadır. Bu hedef, erkeklerin askerlik görevi sırasında geçirdikleri zor ama başarılı dönemlere işaret etmektedir. Ancak katıldıkları spor müsabakalarından askeri bir disiplinle başarılı bir şekilde ayrılacakları fikrini besleyen spor basınının, taraftarların bu militarist söylemi, erkekler için en önemli erkeklik deneyimi olan askerlik dönemine göndermeler yapmaktadır. Askerliği sırasında en ağır şartlara dayanabilen erkeklerin, sporun bu zorlu şartlarını kolaylıkla kaldırabilecekleri mesajı verilmektedir. Karşılık birbirlerini besleyen militarizm ve hegemonik erkeklik ilişkisi sporda ve özellikle de futbolda da kendini göstermekte ve egemen erkek söylemini yaymaktadır. Toplumsal yapının beklentileri doğrultusunda çizilen erkeklik kalıpları, spor alanında faaliyet gösteren sporculara giydirilerek medya tarafından yaygın ve normalize edilen bir söylem olarak sunulmaktadır. İç içe geçmiş cinsiyetçi, şiddet içeren ve saldırgan ifadeler

rahatsızlık vermemekte ve kitle iletişim araçlarının özellikle de sosyal medyanın tekrarlayıcı kullanımı sonucunda normalleştirilmektedir.

Ataerkillik kelimesi, babanın veya ailenin en büyük erkek bireyinin yönetimi anlamına gelir. Erkek egemenliğini, erkeklerin kadınlara egemen olduğu güç ilişkilerini ve kadınların erkeklere boyun eğişini çeşitli şekillerde anlatmak için kullanılır. Eril egemenliğin bir başka söylemi olan ataerkil sistem, hem sosyolojik bir yapı hem de bir ideoloji olup, erkin egemenliğini savunan bir inanç sistemidir. Ataerkil sistemde kadınları kontrol etmek ve boyun eğdirmek için farklı şiddet türleri kullanılıyor ve bu tür şiddet haklı gösterilebilir. Örneğin medya, kadınları salt bedenlere indirgeyip nesneleştirerek kadına yönelik şiddeti teşvik edebilmektedir. Aile, din, hukuk, siyaset, eğitim ve ekonomik kurumlar, bilgi sistemleri ve medya gibi toplumun temel kurumları ataerkil bir yapıya sahiptir ve bu yapının parçalarını temsil ettiğini göstermekten de geri durmaz. Kadına barınma, beslenme ve güvenlik sağlayan erklik ve üstünlük kavramı, erkeklerin kadınlar üzerindeki denetimini açıklaması açısından önemlidir. Baba egemenliği baskıcıdır, ancak aynı zamanda bazı karşılıklı yükümlülükler içerdiğinden genellikle baskıcı olarak algılanmaz. Bundan dolayı kadınlar da bu cinsiyetçi, egemen, ataerkil sistemi desteklemekte ve devamlılığına katkıda bulunmaktadır. İçselleşmiş ataerkil düzenin değerleri toplumdaki bilinç unsurlarını körelttiği için hâkimiyetini sürdürmeye devam etmektedir (Bhasin, 2015).

Ayrımcılık, en basit tanımıyla; herhangi bir yarar veya rasyonel gerekçe olmaksızın, bir kişinin benzer durum ve koşullarda diğerlerinden farklı ve eşit olmayan şekilde muamele görmesi anlamına gelir. Ayrımcılık, uluslararası toplumun giderek artan farkındalığına ve 21. yüzyılda kazanılan devasa bilgiye rağmen devam ediyor. Etnik köken, din, dil, dünya görüşü veya cinsiyete dayalı ayrımcılığın acı sonuçları tarihe kötü sonuçlarla yansımaktadır (Çelenk, 2010).

Geleneksel kitle iletişim araçlarıyla dolaşıma giren, gündelik hayatta ve yeni medya olarak adlandırılan sosyal medya platformlarında söylemsel pratiklerde üretilen ayrımcı nefret söylemleri sıradanlaşıp kuvvetli bir şekilde yaygınlaşmayı sürdürmektedir. Bu şekilde her türlü ayrımcı ve ötekileştirici söylemsel pratikler, doğal karşılanmakta ve zamanla toplumdaki farklı kimlikleri ve varoluşsal pratikleri dışlayarak yıkıcı eylemlere, yani nefret suçlarına dönüştürmektedir (Binark, 2010).

Önyargı (İngilizce: bias, prejudice; Almanca: Vorurteil) kavramı sözlük anlamı olarak “Bir kimse veya bir şeyle ilgili olarak belirli şart, olay ve görüntülere dayanarak önceden edinilmiş olumlu veya olumsuz yargı, peşin yargı, peşin hüküm, peşin fikir” anlamlarına gelmektedir (TDK, 2016).

Etnik kökene, ulusa, ülkeye, dini tutuma veya cinsel yönelime dayalı ayrımcılık veya nefret suçu işleme, özellikle kişinin ait olduğu herhangi bir sosyal

grup vb. algılanan bir tehditle başlar. Bu tehdit o kişi, ulus, cinsel yönelim, siyasi grup vb. temelli önyargı oluşmasına da sebebiyet vermektedir. “Biz” olmayan her insan, her farklı tavır, bu kişinin aslında hatalı olabileceği ya da hata yapmış olabileceği inancını ya da olasılığını yaratır. Aslında ayrımcılık, kişinin kesinlikle haklı olduğuna inanarak kendini onaylama ihtiyacının bir sonucu olarak ortaya çıkar. Ayrım yapılan grup, yani 'diğer' grup 'yanlış' ve ayrımcılığı yapan ise 'doğru' yani 'haklı'. Sonuç olarak bu kişinin karşı tarafa, yani farklı düşünene, kimin "haklı" ve "doğru yolda" olduğunu göstermesi gerekir.

Bir anlamda farklı etnik kökene, siyasi görüşe, dini inanca veya cinsel yönelime sahip insanlara karşı kin, suçlama, aşağılama, yargılama veya düşmanlık gibi duygular bundan kaynaklanmaktadır. Kişi, kendisinden farklı düşünen ve kendisi gibi olmayanların varlığı ile kendisine, güvenliğine, gücüne veya değerlerine yönelik bir saldırı olarak algıladığından buna tepki vermeyi mutlak ihtiyaç olarak görür. Sonuç olarak nefret suçları, kişinin sağlıklı bir kişilik geliştirememesinden kaynaklanan tüm değersizlik, yetersizlik, yalnızlık, başarısızlık, haset ve kıskançlık duygularıyla birlikte, temel olarak bu sahte benlik saygısını koruma ihtiyacından kaynaklanmaktadır (Solmuş, 2014).

Sosyolojik açıdan bakıldığında, baskın grup, gruplar arasındaki güç dengesizliğinden kaynaklanan damgalama ile alt grup hakkında kalıp yargılar (stereotype) üretir. Bu şekilde değerlendirildiğinde nefret suçlarının esasında bu tür kalıp yargılardan ileri geldiği anlaşılmaktadır. Kalıp yargı (stereotype) ile önyargı birbirinden farklı ifadelerdir ancak kavramsal olarak birbirlerini tamamlamaktadırlar. Buradan hareketle, belirli bir grubu, kişiyi sevmemek önyargıyken; o gurubu, kişiyi sevmeme nedenleri ise kalıp yargıya girer. ‘Kürtler’, ‘Sarışınlar’, ‘Ermeniler’, ‘Araplar’ ile başlayan her cümle o grupla ilgili bir kalıp yargıyı içerir. Kalıp yargıların ağırlıklı olarak olumsuz ve nefret dolu çağrışımlara sahip olduğu bilinen bir gerçektir. Kalıp yargıların dezavantajı, bir grubun tüm üyelerini homojenleştirmeleri ve bireysel niteliklerini izole ederek insanları damgalanmış bir grubun üyeleri haline getirmeleridir. Bu durum da nefret suçlarına sebebiyet vermektedir (Çayır, 2013).

Nefret söyleminin türlerinden en çok kullanılanlardan biri de homofobi içeren söylemlerdir. Toplumların dini, kültürel ve sosyal değerleri söylemlere yansır. Eşcinselliğe bakış açısı dini, kültürel ve toplumsal değerler bağlamında da bu sebeplerden ötürü kendini göstermektedir. Eşcinsel kelimesi Türk Dil Kurumu tarafından "aynı cinsten kişiler arasında cinsel nitelikte duygusal veya bedensel bağlanma", "cinsel sapkınlık, aynı cinsten kişilerde cinsel ilginin belirgin olduğu eşcinsellik" olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2016). Türk Dil Kurumu’nda da açıkça belirtildiği gibi eşcinsel olmak bir sapkınlıktır. Toplumsal normlar temelinde belirlenen cinsel tercihlerinin dışında kalan bireyler, sapkın, sapık gibi

kalıp yargılara maruz kalmaktadır. Eşcinsellerin cinsel tercihlerini veya ifade özgürlüğünü savunmaları, damgalanmaya ve dışlanmaya yol açar. Toplumlarda büyük bir kısmı farklı cinsel tercihleri kabullenmemekle birlikte farklı tercihlere sahip bireyleri ötekileştirmektedir (Çimen Ü. , 2020).

Milliyetçilikle süslenmiş nefret söyleminde; düşmana karşı ortaya çıkan durum ise yabancı düşmanlığı yani zenofobi kavramıdır. Yabancı düşmanlığı/zenofobi, bir kişinin başka bir kişi veya grubu yabancı olarak algılaması ve korku nedeniyle o kişi veya gruptan uzak durmasıdır. Kelime, Yunanca yabancı anlamına gelen xenos ve korku anlamına gelen phobos kelimelerinden gelir. Zenofobi kavramı genellikle başkası olarak ötekileştirilene duyulan öfke ile birlikte ele alınmaktadır. Yabancılar yönelik temellenen olumsuz duygular, bireyin kendi kültürel ve ulusal değerlerine olan yakınlığından ileri gelmektedir. Zenofobinin ırkçılıkla doğal bir bağı vardır (Çimen Ü. , 2020).

5 Mart 2023 Amedspor- Bursaspor Müsabakasında Twitterdaki Nefret Söylemlerinin İçerik Analizi ile Açılan Posterlerin Göstergebilimsel Analizi

1. Çalışmanın Önemi ve Amacı

Çalışmamız, Türkiye’de bir spor dalı olan futbol maçlarındaki nefret söylemlerinin meydana gelmesinde sosyal medya platformu olan Twitterin bu alanda ne kadar etkili olduğunu ortaya koymak. Bu kapsamda Amedspor-Bursaspor arasında oynanan derbide de nefret söylemleri giderek artmakta ve sosyal medyada -özellikle Twitterda- bu söylem gereğinden fazla dolaşımda kalmaktadır. Çalışmamız futbol ve nefret söylemi bağlamında değerlendirildiğinde yeni medya alanı olan sosyal medya platformlarında, Twitterda bu söylemlerin çok fazla üretilmesini ve yaygınlaşmasını göstermesi açısından önem arz ettiği düşünülmektedir. Özgürlük alanı olarak değerlendirilen sosyal medya platformlarında Twitterin seçilmesinin gerekçesi olarak sosyal medya içerisinde fikirlerin ve görüşlerin en fazla paylaşıldığı alan olması olarak nitelendirilebilir.

Yine çalışmada, 1990’lı yıllarda Türkiye’nin doğu ve güneydoğu illerinde halk üzerinde korku yaratan Beyaz Toros, Yeşil kod adlı istihbaratçı Mahmut Yıldırım ve Kurtlar Vadisi dizisinde Yüksel Arıcı’nın hayat verdiği Pala karakterinin posterinin Timsah Arena Stadyumu tribünlerinde Bursaspor taraftarları tarafından açılması ile yeniden gündeme gelmesi incelenmiştir. Futbol seyri dışında gerçekleşen bu olayın ve açılan posterlerin nefret söylemi açısından etkisine değinerek, posterlerin taşıdıkları anlamların göstergebilimsel yöntem ile açıklanması amaçlanmaktadır.

2. Çalışmanın Yöntemi

Çalışmada literatür taraması yöntemi kullanılarak şiddet ve nefret söylemi konularına belirli bir çerçeve kapsamında değinilmiştir. Çalışmamızda içerik çözümlemesi yöntemiyle sosyal medya alanlarından Twitter'ın analizi yapılmıştır.

Çalışma yöntemimizde; Amedspor-Bursaspor futbol müsabakasında çözümleme birimi olarak ayrımcılık, cinsiyetçi ve militarist nefret söylemleri; dilsel birimler olarak ırkçı, türk, kürt, faşist, hain, terör, terörist, düşman, sokmak, koymak kelimeleri ve dilsel olmayan birim ise toplam tweet, retweet, beğeni ve yorum sayıları olarak seçilmiştir. Çözümleme birimi olarak cinsiyetçi, ayrımcılık ve militarist nefret söylemlerinin seçilmesinin nedeni, bu söylemlerin diğer nefret söylemlerine göre daha fazla kullanılmasıdır. Araştırmada çözümleme kategorisi olarak Twitter seçilmiştir.

Çalışmada gösterge bilimsel analiz için, öncelikle nefret söylemleri ve nefret kavramları ile ilgili literatür taraması yapılarak Bursaspor taraftarları tarafından açılan posterlerin ayrıntılı incelemesi yapılmıştır. Posterler Roland Barthes' in gösterge bilimsel analiz yöntemi ile çözümlenmiştir.

3. Çalışmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları

Çalışmamız Amedspor-Bursaspor maçı esnasında Timsah Arena Stadyumu tribünlerinde açılan posterler ile resmi Twitter sayfalarında atılan tweet, yorum ve beğenilerini kapsamaktadır. 5 Mart 2023 tarihindeki bu maç derbisinin maç günü ve 1 gün sonrası ile sınırladığımız bu çalışmamızda rahatsızlık verici derecede olan küfürlü kelimelerin kullanılmamasına dikkat edilmiştir.

3-1 Çalışmanın Evreni, Örnekleme, Örnekleme:

Çalışmamızın evreni sosyal medya ortamı olan Twitter, çalışmamızın örnekleme futbol müsabakaları, örnekleme ise 5 Mart 2023 tarihinde oynanan Amedspor-Bursaspor futbol müsabakasıdır.

3-2 Kavramsal Çerçeve:

Çalışmamızın kavramsal çerçevesini, twitter, tweet ve retweet, kavramları oluşturmaktadır. Ayrıca nefret, şiddet ve nefret söylemi kavramları yukarıda metin içerisinde değinilmiştir.

3-2-1 Twitter: Twitter, yeni medyada sosyal ağlar kategorisinde yer alan bir mikroblog sitesidir. Yazı, fotoğraf ve link paylaşımına uygun bir ortam sağlayan bir çeşit medya platformudur. Çeşitli türde elektronik cihazlar üzerinden kullanımı açılıp paylaşım yapma imkânının arttığı Twitter'da tüm kullanıcılar

tweet gönderip alabilmektedir. Bir kullanıcının tweetlerini herkes görebilir ve kullanıcı profili, tweetleri kimlerin görebileceğini sınırlayabilir (Aytekin, 2012). Twitter'daki kullanıcılar, diğer profillerin twitlerini takip etmek için kişilere abone olabilir. Twitterda sıklıkla gündemle ilgili twitlere rastlanabilirken kişiler kendi kişisel tweet te atabilmektedir. Bunların yanı sıra twitter üzerinden kamuoyu da oluşturulabilmektedir.

3-2-3 Tweet: İngilizce cıvıldamak/cıvıltı anlamına gelen tweet kelimesi, Twitter üzerinden gönderilen mesajlara verilen isimdir. Tweet atmak için bu medya platformunda özel bir alan ayrılmış ve burada belirli karakterde (282) olacak şekilde yazı kısmına metin yazılarak gönderim sağlanabilmektedir.

3-2-4 Retweet: Herhangi bir kullanıcı tarafından gönderilen tweetin yine başka bir kullanıcı tarafından değiştirilmeden tekrar üretilmesi görevidir.

5 Mart 2023 Amedspor- Bursaspor Maçının Twitterdeki Nefret Söylemlerinin İçerik Analizi

Çalışmamızda 5 Mart 2023 yılında saat 14.00'te oynanan ve TFF 2'nci Lig Beyaz Grup 25'inci hafta Bursa'nın ev sahipliği yaptığı Amedspor-Bursaspor maçında maç esnasında yaşanan gerginlikler ve açılan posterler Twitter'dan atılan tweetler ele alınarak incelenmiştir. Çalışmamız 5-6 Mart 2023 tarihlerini kapsamaktadır bu tarihler içinde AmedsporSK ve BursasporSK Twitter sayfalarındaki tweet, retweet ve beğeniler incelenmiştir.

Amedspor- Bursaspor futbol müsabakasında çözümleme birimi ayrımcılık, cinsiyetçi ve militarist nefret söylemleridir, dilsel birimi ise ırkçı, türk, kürt, faşist, hain, terör, terörist, düşman, sokmak, koymak ve dilsel olmayan birim ise toplam tweet, retweet, beğeni ve yorum sayılarıdır. Çözümleme birimi olarak ayrımcılık, cinsiyetçi ve militarist nefret söyleminin seçilmesinin nedeni, bu futbol maçında diğer nefret söylemlerine göre bu söylemlerin daha fazla kullanılmasıdır.

05.03.2023- 06.03.2023 tarihleri arasında dilsel olmayan birim AmedsporSK ve BursasporSK resmi Twitter sayfalarından 5 Mart ve 6 Mart 2023 tarihinde toplam 66 tweet atılmıştır. Bu tweetlere toplam 29.993 yorum, 86.614 retweet, 591.010 beğeni yapılmıştır.

Çözümleme biriminden olan cinsiyetçi söylem ile ilgili toplam 5 tweet atılmıştır. Bu tweetlerin 6.017 tanesi retweet edilmiş ve bu tweetlere 37.960 beğeni yapılmıştır. Cinsiyetçi söylem ile ilgili dilsel birimde sokmak, koymak kelimeleri seçilmiştir.

Militarist söylem ile ilgili toplam 41 tweet atılmıştır. Bu tweetlerin 60.298 tanesi retweet edilmiş ve bu tweetlere 426.163 beğeni yapılmıştır. Militarist söylem ile ilgili dilsel birimde faşist, hain, terör, terörist, düşman kelimeleri seçilmiştir.

Ayrımcılık söylem ile ilgili toplam 20 tweet atılmıştır. Bu tweetlerin 20.299 tanesi retweet edilmiş ve bu tweetlere 126.887 beğeni yapılmıştır. Ayrımcılık söylem ile ilgili dilsel birimde türk, kürt, ırkçı kelimeleri seçilmiştir.

5 Mart 2023 Amedspor- Bursaspor Müsabakasında Bursaspor Tribünlerinde Açılan Posterlerin Göstergebilimsel Analizi

1. Beyaz Toros Poster

Toros; Renault 12 T Serisinin bir aracıdır. 1969 yılında Fransa’ da üretilmiştir. Türkiye’ye 1971 yılında Oyak-OYAKBANK işbirliğiyle gelmiştir ve Bursa tesislerinde üretilmeye başlanmıştır. Ergonomik ve zahmetsizce ulaşılabilir olması sebebi ile ülkede devlet kurumlarından vatandaşlara kadar geniş bir kullanım ağına sahipti. Yıllar 2000 yılını gösterdiğinde Toros, Türkiye’nin en çok satan yerli otomobillerinden biri oldu. 2000 yılından sonra emisyon standartlarını karşılamayan Toros’un üretimi durdurulmuştur.



Resim 1. Beyaz Toros Poster

Tablo1. Beyaz Toros Poster Gösterge Bilimsel Analizi

Gösterge Türü	Gösterge	Gösteren	Gösterilen	Yan Anlam
Görüntüsel\Belirtisel	Poster	Renault 12 T Serisi Toros araç	Faili meçhul cinayetlerin sembolü olan Beyaz Toros	1990 yıllarda güney ve doğu illerde “Polisiz, bizimle Emniyet’e kadar gelmeniz gerekiyor” denilerek Beyaz Toroslara bindirilen vatandaşlardan tekrar haber alınmadığı ve faili meçhul cinayetlere kurban giden insanların sembolü olan, korkuyu ve ölümü çağrıştıran otomobil.

2. “Yeşil” Kod Adlı Mahmut Yıldırım Poster

Yeşil, Sakallı veya Ahmet Demir kod adını kullanan istihbaratçı Mahmut Yıldırım 1953 yılında Bingöl’ün Solhan ilçesinde doğmuştur. Operasyonlarda kılık değiştiren Yıldırım, güvenlik görevlileri tarafından tanınmak için 'yeşil fular' kullanmaktaydı.

1974 yılında Kıbrıs Barış Harekâtı’na katılmıştır. Daha sonra Milli İstihbarat Teşkilatı'nda (MİT) ve Jandarma İstihbarat ve Terörle Mücadele (JİTEM) Grup Komutanlığında görevler almıştır. Yıldırım Güneydoğu'daki faili meçhul cinayetlere kadar birçok olayda tetikçilik yaptığı belirlenmiştir.

Musa Anter, Cem Ersever, Tarık Ümit ve Behçet Cantürk’ün de aralarında bulunduğu birçok faili meçhul cinayette adı "şüpheli" olarak geçmektedir. 1996' da ülkeyi terk edip Şam'a gittikten sonra kendisinden tekrar haber alınamamıştır.



Resim 2. Mahmut Yıldırım Posterı

Tablo2. Mahmut Yıldırım Posterı Gösterge bilimsel Analizi

Gösterge Türü	Gösterge	Gösteren	Gösterilen	Yan Anlam
Görüntüsel\Belirtisel	Poster	Mahmut Yıldırım	“Yeşil” kod adlı istihbaratçı	Sayırsız cinayet ve faili meçhul ölümlerin şüpheli ismi

3. Kurtlar Vadisi Dizisinde Yüksel Arıcı’nın Hayat Verdiği Pala Karakteri

Kurtlar Vadisi dizisinde Yüksel Arıcı’nın hayat verdiği Pala karakteri, 2. sezonun sonlarına yakın diziye katıldı. Yıllarca yasal ve yasadışı olarak çalıştıktan sonra Kirve tarafından Kurtlar Konseyi’ni dağıtmak ve üyeleri öldürmek için İstanbul’a gönderilen bir istihbaratçıdır. Güneydoğu, Kuzey Irak ve Suriye’de görevlendirilmiştir. Dizideki en tehlikeli karakterlerden biridir. Birçok adam kaırma ve adam öldürme sahneleri vardır.

Gözlük ile karakter bütünleşmiştir. Gözlüğünü çıkartmasını isteyen kişilere ‘gözlerimi sadece ölümler görebilir’ diyerek o an onları öldürür.



Resim 3. Kurtlar Vadisi Dizisindeki Pala Karakteri Poster

Tablo 3. Kurtlar Vadisi Dizisindeki Pala Karakteri Poster Gösterge bilimsel Analizi

Gösterge Türü	Gösterge	Gösteren	Gösterilen	Yan Anlam
Görüntüsel\ Belirtisel	Poster	Pala Karakteri	Güneydoğu, Kuzey Irak ve Suriye'de görev yapmış bir istihbaratçıdır.	Pala istihbarat üyesidir. Aldığı talimatlar ile dizideki kişilerin ölümünü gerçekleştirmiştir.

SONUÇ

Kitle iletişim araçlarının yaygınlaşıp küresel hale geldiği bu dönemde ayrımcılığa yol açan, insanları belirli bir grubun üyesi olmaya zorlayan ve toplumu yönlendiren söylemlerin yaygınlaştığı görülmektedir. Genelde internet özelde de sosyal medya söz konusu olduğunda bu söylemler daha kolay ve hızlı bir şekilde paylaşılmaktadır. İnternetin sunduğu hız, etkileşim ve kolay erişim

hizmetleri sayesinde bu söylemler paylaşılmakta ve bu ifadeler toplumda hızla yaygınlaşmakta ve kanıksanmaktadır.

Sonuç olarak araştırma kapsamında incelenen Amedspor-Bursaspor müsabakasında; toplumun azımsanmayacak belli bir kesiminin ilgi gösterdiği maç öncesinde, sırasında ve sonrasında rakip takımların taraftarlarının birbirlerine karşı nefret söylemi içeren ifadeleri, posterleri sık sık kullandığı görülmüştür.

Nefret söylemi çerçevesinde sosyal medyanın nefret söylemi üretiminin önünü açarak bu ifadeleri ve kullanılan diğer materyalleri kamusal alana taşıdığı anlaşılmaktadır. Bu söylemlerin kategorileri cinsel kimlik ve militarist siyasi temeller üzerine kuruludur. Çoğunluğu oluşturan cinsiyet kimliğine dayalı nefret söylemi, hakaret ve küfür içeren kaba erkek söylemleri tarafından kullanılmaktadır.

Twitter’da dolaşan militarist siyaset temelli nefret söylemi, iki taraftar grubunun adeta bir milliyetçilik savaşı içerisine girdiğini gösteriyor. Taraftarların ‘terörist, hain, terör’ gibi ifadeler ile Mahmut Yıldırım, Beyaz Toros posterleri ile Kurtlar Vadisi dizisindeki Pala karakterinin posterleri şeklinde militarist siyasi argümanlar kullanmasıyla ayrımcılık ve ötekileştirme yapıldığı anlaşılmaktadır. Bu söylemler ve posterlerle millî duygular ele alınırken, milliyetçiliği körtükleyen bir şablon gibi dolaştırıldığı için sosyal ve siyasi arenada yaşayan ana ulus dışındaki diğer milletlere mensup bireyler için tehdit oluşturmaktadır. Amedsporlu futbolcu Muhammet Raşit Yöndem, çıkan olaylar üzerine yine sosyal medyadan yaptığı açıklamada, “Bana terörist diye bağırarlara hakkımı helal etmiyorum. Bursalı anne, Bursa’da devlet kurumunda 15 sene hizmet eden babanın, bu vatanın çocuğuyum. Sahaya madde atıp hepsi bu vatanın evladı olan ekmek parası kazanıp ailesine bakan futbolculara terörist deyip yaraladınız, vatani kurtardınız!” diyerek tepkisini göstermiştir.

Çalışmamızda inceleme konusu olan Amedspor-Bursaspor müsabakasında olduğu gibi Türkiye’de oynanan futbol maçlarında nefret söylemi giderek artmaktadır. Yapılması gereken spor kavramının ne olduğunu ve hangi amaca hizmet etmesi gerektiğini net bir şekilde ortaya koymaktır. Yazılı ve görsel basında yer alan gazeteciler ve yorumcular, Spor kulüplerinin yöneticileri ve futbolcularını kullandıkları sosyal medya hesaplarından hoşgörü, saygı ve barış ifadelerini kullanmalıdır.

KAYNAKÇA

- Ak, M. D. (2019). 1980 SONRASI TÜRKİYE’DE FUTBOL VE ERKEKLİK İNŞASI. İstanbul: İstanbul Üniversitesi.
- Aytekin, Ç. (2012). Yeni Medyada Sosyal Ağ Uygulaması Olarak Twitter ve Fikir Madenciliği. D. Yengin içinde, *Yeni Medya Ve...* (s. 102-122). İstanbul: Anahtar Kitaplar.
- Bhasin, K. (2015). *Toplumsal cinsiyet “Bize yüklenen roller”*. İstanbul: Kadınlarla Dayanışma Vakfı Yayınları.
- Binark, F. (2010). Nefret söyleminin yeni medya ortamında dolaşıma girmesi ve türetilmesi. İ. T. Çomu içinde, *Yeni Medyada Nefret Söylemi* (s. 11-53). İstanbul: Kalkedon.
- Çayır, K. (2013). “Gruplararası İlişkiler Bağlamında Ayrımcılık”, in. K. Çayır, & M. Ayan Ceyhan içinde, *Ayrımcılık: Çok Boyutlu Yaklaşımlar*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi.
- Çelenk, S. (2010). Ayrımcılık ve Medya. B. Ç. Tuncel içinde, *Televizyon Haberciliğinde Etik* (s. 211-228). Ankara: Fersa Matbaacılık.
- Çimen, Ü. (2020). Futbol ve nefret söylemi ilişkisi: 23 Şubat 2020 Tarihinde Oynanan Fenerbahçe-Galatasaray Futbol müsabakasında twitterdeki nefret söylemlerinin değerlendirilmesi. *Karadeniz 3. Uluslararası Sosyal Bilimler Kongresi*, (s. 513-526). Ordu.
- Göregenli, M. (2013). Temel Kavramlar: Önyargılar, Özcü İnançlar ve Ayrımcılık, . M. Çınar içinde, *Medya ve Nefret Söylemi: Kavramlar, Mecralar, Tartışmalar* (s. 23-37). Hrant Dink Vakfı Yayınları.
- Messner, M. A. (1990). Erkekliği inceleyen erkekler: Spor sosyolojisinde bazı epistemolojik sorunlar. *Spor Sosyolojisi Dergisi*, 7(2), 136-153.
- Messner, M. A. (1992). *Power at Play*.
- Solmuş, T. (2014). *Aramızdaki Psikopatlar ve Nefret Suçları*. İstanbul: Doruk Yayınları.
- Talimciler, A. (2005). Türkiye’de futbol ve ideoloji ilişkisi: Medya’daki futbol söylemi üzerine bir inceleme. *Sosyoloji Dergisi*.
- TDK. (2016, 04 16). *Türk Dil Kurumu*. T.C. Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu Türk Dil Kurumu : <https://www.tdk.gov.tr/> adresinden alındı
- Timisi, N. (2003). *Yeni iletişim teknolojileri ve demokrasi*. 82: Dost Kitapevi.
- weber, a. (2009). *Nefret söylemi el kitabı*. Strazburg: Avrupa Konseyi.
- Yengin, D., & Bayrak , T. (2018). Tüketicinin oyunlaştırılmasıyla artırılmış gerçeklik. *Üsküdar Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 56-77.

90. Bölüm

Depresyonu Yordamada Geleneksel Zorbalık Biçimlerinin ve Siber Zorbalığın Rolü¹

Şeyma DEREBAĞI²

Aysun ERGÜL TOPÇU³

1 Bu araştırma TÜBİTAK 2209-A Üniversite Öğrencileri Araştırma Projeleri Destekleme Programı tarafından desteklenmiştir.

2 Çankırı Karatekin Üniversitesi İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi Psikoloji Bölümü.
berisanur@outlook.com ORCID No: 0009-0004-4883-2866

3 Dr. Öğr. Üyesi; Çankırı Karatekin Üniversitesi İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi Psikoloji Bölümü.
aysunergultopcu@karatekin.edu.tr, ORCID No: 0000-0002-2657-5983

ÖZET

Bu araştırmada, sağlıklı ve kaliteli yaşam için önemli bir tehdit olarak kabul edilen depresyon ile geleneksel ve siber akran zorbalığı arasındaki ilişkinin incelenmesi amaçlanmıştır. Özellikle ergenlerin psikolojik sorunlarının arttığı günümüzde, etkili önleme ve müdahale programları geliştirmek için akran davranışları ile psikolojik sağlık arasındaki ilişkiye dair bilgilerin sürekli güncellenmesi büyük önem taşımaktadır (Levine ve ark., 2022). Bu noktadan hareketle bu araştırmada görece daha az çalışmanın bulunduğu üniversite örnekleminde, geleneksel ve siber zorbalığın yaygınlığı, cinsiyete göre farklılaşıp farklılaşmadığı ve depresyonu yordama gücü incelenmiştir. Araştırmanın örneklemi 351 kadın (%74,3), 119 erkek (%25,3) olmak üzere toplam 470 üniversite öğrencisinden oluşmaktadır. Araştırmada öğrencilerin akran zorbalığı deneyimlerini ölçmek için Üniversite Öğrencilerinde Akran Zorbalığını Belirleme Ölçeği ve depresyon düzeylerini belirlemek için Beck Depresyon Envanteri kullanılmıştır. Sonuçlar, üniversite öğrencileri arasında siber zorbalığın %3.4, cinsel zorbalığın %5.5, ideolojik zorbalığın %6.2, söylenti yayma yoluyla zorbalığın %5.1, fiziki zorbalığın %5.1, dışlama yoluyla zorbalığın %20.2 ve genel zorbalığın %26.2 oranında görüldüğünü göstermiştir. Çoklu regresyon analizi sonuçları, akran zorbalığının alt boyutlarından dışlama, ideolojik zorbalık ve siber zorbalığın öğrencilerin depresyon düzeylerini olumlu yönde yordadığını ortaya koymuştur. Diğer yandan, öğrencilerin akran zorbalığı deneyimlerinin ve depresyon düzeylerinin cinsiyet açısından farklılaşmadığı tespit edilmiştir. Bu bulgular hem geleneksel hem de siber akran zorbalığının üniversite öğrencilerinin yaşadıkları depresyonun önemli bir yordayıcısı olduğunu ortaya koyarak önleyici ve müdahale programlarının geliştirilmesinde akran zorbalığına odaklanmanın önemini vurgulamaktadır.

Anahtar kelimeler: akran zorbalığı, geleneksel zorbalık, siber zorbalık, depresyon, üniversite öğrencileri

ABSTRACT

In this study, it was aimed to examine the relationship between traditional and cyberbullying and depression, which is considered an important threat to healthy and quality life. Especially today, when psychological problems of adolescents are increasing, it is of great importance to continuously update the information on the relationship between peer behaviors and psychological health to develop effective prevention and intervention programs (Levine et al., 2022). From this point of view, this study examined the prevalence of traditional and cyber bullying, whether they differ according to gender, and

their predictive power for depression in a university sample where relatively few studies are available. The sample consisted of 470 university students, 351 female (74.3%) and 119 male (25.3%). The Bullying Scale for University Students was used to measure students' peer bullying experiences and the Beck Depression Inventory was used to determine their depression levels. The results showed that cyberbullying was 3.4%, sexual bullying 5.5%, ideological bullying 6.2%, rumor spreading bullying 5.1%, physical bullying 5.1%, exclusion bullying 20.2% and general bullying 26.2% among university students. The results of multiple regression analysis revealed that exclusion, ideological bullying and cyberbullying positively predicted students' depression levels. On the other hand, it was determined that students' peer bullying experiences and depression levels did not differ in terms of gender. These findings reveal that both traditional and cyber peer bullying are important predictors of depression experienced by university students and emphasize the importance of focusing on peer bullying in the development of preventive and intervention programs.

Keywords: peer bullying, traditional bullying, cyber bullying, depression, university students

GİRİŞ

Amerikan Psikologlar Derneği'nin (APA) (2000) tanımına göre, depresyon uzun süreli aşırı üzüntü ve umutsuzluktur. Depresyonda görülen sağlık sorunları, günlük aktivitelerde ilgi ve haz eksikliği, ciddi kilo dengesizlikleri, uyku bozukluğu, enerji kaybı, konsantrasyon eksikliği, değersizlik, aşırı suçluluk duygusu ve tekrarlayan ölüm/intihar düşünceleri şeklinde sıralanmaktadır (Kazdin, 2000). Depresyon yalnızca en yaygın psikolojik sağlık sorunu değil, aynı zamanda pahalı ve uzun süreli tedavi gerektiren sıklıkla da intiharın en yaygın nedeni olan ciddi bir durumdur (Hames ve ark., 2013; Lupu, 2022). Bazı hastaların depresyonuna fiziksel hastalık ve ağrı şikayetleri de eşlik etmektedir (Lupu, 2022).

Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ) depresyonun 2030 yılında engelliliğin öncü sebeplerinden olacağını tahmin etmektedir (Lupu, 2022). Aynı zamanda güncel veriler ışığında 151 milyon kişi depresyondan muzdaripken %15'inin intihar ettiği görülmektedir (Lupu, 2022). Bu bilgidен hareketle depresyonun tüm dünyada hızla harekete geçilmesi gereken ciddi bir halk sağlığı sorunu olduğunu söylemek mümkündür. Depresyonla ilişkili etmenler çok çeşitli olmakla beraber, bu araştırmada depresyonun önemli yordayıcılarından kişilerarası süreçlerle ilişkili bir değişkene, akran zorbalığına odaklanılmıştır.

Bireyler yaygın bir güdü olarak başlıklarıyla anlamlı ve olumlu ilişkilere ihtiyaç duyarlar. Bu ihtiyacın yeterince karşılanmaması, bireyin fiziksel ve psikolojik sağlığını olumsuz etkileyebilmektedir (Baumeister ve Leary, 1995). Bu bağlamda akranlar arasındaki ilişkilerin bir özelliği olarak ortaya çıkan akran zorbalığının depresyonla olan ilişkisini anlamak oldukça önemlidir.

Amerikan Psikologlar Derneği (2004) zorbalığı, bir başkasına yönelik tekrarlayan şekilde ve kasıtlı olarak yaralayıcılığı veya rahatsız ediciliği içeren saldırgan bir davranış biçimi olarak tanımlanmaktadır. Yapılan farklı zorbalık tanımlarına bakıldığında ortak kabul edilen özellikler, taraflar arasındaki güç dengesizliği, davranışın istemli olması ve süreklilik göstermesidir (Gökler, 2009). Son 30 yıllık süre zarfında yapılmış olan araştırmalar incelendiğinde zorbalığın çocukların sağlıklı gelişimini tehdit edici bir unsur olduğu ve okullarda giderek yaygınlaştığı görülmektedir (Gökler, 2009). Zorbalık üzerine lise ve öncesi dönemde yapılan çok sayıda çalışmada önemli sonuçlar elde edilmiş olmasına karşın üniversite örnekleminin arka planda kaldığı görülmektedir (Özkal, 2011). Yapılan sınırlı sayıdaki çalışmadan birinde, üniversite öğrencilerinin %17'sinin geleneksel zorbalığa maruz kaldığı bulunmuştur (Korkmaz, 2016). Bir başka araştırmada ise üniversite öğrencileri arasında dışlama yoluyla yapılan ideolojik zorbalığın en sık; fiziksel ve söylenti yayma yoluyla yapılan geleneksel zorbalığın ise en az rastlanan zorbalık türü olduğu ortaya konmuştur (Özkal, 2011). Araştırmalar ayrıca üniversite öğrencileri arasında geleneksel zorbalığa uğrama ile psikolojik problemler arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğunu göstermiştir (Korkmaz, 2016). Öğrenciler zorbalığa maruz kaldıkça daha depresif ve kaygılı hissetmeye, olumsuz benlik algısı ve düşmanca duygular geliştirmeye ve psikosomatik belirtiler göstermeye daha yatkın olmaktadır (Özkal, 2011). Zorba olmak ya da zorbalığa maruz kalmak bir yana, sadece bu olaylara tanık olmak bile uzun süreli olumsuz etkilere neden olabilmektedir (Gökler, 2009).

Son yıllarda, dijital teknolojinin artan kullanımının, teknoloji yoluyla artan akran katılımına bağlı siber zorbalık gibi olumsuz etkileşimleri de beraberinde getirdiği görülmektedir (Levine ve ark., 2022). Siber zorbalık, inciten ve tehdit unsuru barındıran e-postalar/anlık fotoğraflar göndermeyi, söylentiler veya başkasına ait utanç verici fotoğraflar yayınlamayı içerir (APA, 2009). Gençlerin %93'ünün aktif internet kullanıcısı olması siber zorbalık için büyük bir potansiyel oluşturmaktadır (Schneider ve ark., 2012). Yapılan çalışmalar göz önünde bulundurulduğu zaman neredeyse dünyanın her yerinde çocuk ve ergenlerin siber zorbalık kurbanı olduğu görülmektedir (Akça ve Sayımer, 2017).

Siber zorbalığın, bireyin günlük yaşam işlevselliği ve psikolojik sağlığını tehdit eden etkileri vardır. Bu etkilerden bazıları, dikkat sorunları, okul başarısında azalma, korku, kaygı, üzüntü, yalnızlık hissi, uyku bozuklukları, depresyon, intihara yatkınlık, sigara ve alkol kullanımıdır (Korkmaz, 2016). Amerika Birleşik Devletleri'nde lise öğrencileriyle yapılan bir çalışmada siber zorbalık mağduriyeti ile intihar eğilimi ve depresyon arasında anlamlı bir ilişki olduğu bulunmuştur (Levine ve ark., 2022). Benzer şekilde, Hindistan'da ergen ve genç yetişkinlerle yapılan bir çalışmada da ergenler ve genç yetişkinler arasında siber zorbalık mağduriyeti ile depresyon ve intihar düşünceleri arasında güçlü bir ilişki olduğu görülmüştür (Maurya ve ark., 2022).

Türkiye'de ilk siber zorbalık çalışmasının Erdur-Baker ve Kavşut tarafından 2007 yılında yapıldığı göz önüne alınırsa ülkemizde siber zorbalık konusundaki çalışmaların kısa bir geçmişinin olduğunu söylemek mümkündür. Uludaşdemir (2017) tarafından 12-17 yaş arası ergenlerle yapılan araştırmada siber mağduriyet oranının %65,5, siber zorbalık oranının da %56,6 olduğu görülmektedir. Türkiye'de klinik ergen örneklemiyle yapılan bir çalışmada ise siber mağduriyet ve siber zorbalık göstermenin yaygınlığı sırasıyla %62,6 ve %53,3 olarak bulunmuştur (Gül ve ark., 2019). Yapılan bir meta analiz çalışmasına göre siber zorbalığa, zorba veya kurban olarak dahil olanların depresif semptomlara sahip olma oranı %8'den başlayıp %49'a kadar çıkmaktayken intihara eğilimli olanların oranı %8 ile %25 arasında değişmektedir (Edwards ve ark., 2016). Literatür, siber zorbalık mağduriyeti ve psikolojik problemler arasındaki ilişkinin bir çeşit geri besleme ile kısır döngü oluşturduğunu göstermektedir. Depresif semptomları olan veya zihinsel sağlığı zayıf olan ergenlerin, duygularını başka yöne çevirmek veya duygularını gizlemek için sosyal medyaya ve internete girme olasılıkları daha yüksek olabilir. Bu durum, onları daha şiddetli depresyon ve intihar düşünceleri riskine yol açan siber zorbalığın mağduriyetine karşı daha açık ve savunmasız hale getirmektedir (Maurya ve ark., 2022).

Siber zorbalık ve geleneksel akran zorbalığı bazı açılardan benzer özellikler taşımakla birlikte birçok açıdan birbirlerinden ayrılmaktadır. Bu ayrışma temelde gerçek yaşam ve dijital dünya arasındaki farklılıklara dayanmaktadır. Gerçek yaşamda bireylerin davranışları önemli ölçüde kültürel veya evrensel normlar tarafından belirlenmektedir. Buna karşın dijital dünyada kişiler kendi dünyalarının yaratıcısı olmakta ve gerçek hayattakine kıyasla çok daha az norm ve kurala uymaktadırlar. Gerçek hayatın kısıtlılıklarından uzak olan dijital dünya bireye kendi alanını belirleme fırsatı ve gerçek hayattaki kontrol edicilerin (ebeveyn, öğretmen, patron) olmadığı bir dünya sunmaktadır. Böylece sanal ortamda zorbalık davranışları daha kolay ve şiddetli bir şekilde ortaya

çıkma imkânı bularak zorbalığa maruz kalanlar açısından daha olumsuz sonuçları beraberinde getirebilmektedir. Bunun dışında geleneksel zorbalık türünde zorba ve mağdur aynı ortamda bulunan ve birbirleri hakkında fikirleri olan kişiler iken, siber zorbalıkta mağdur zorbalık yapan kişiyi tanımayabilmekte ve günün her vaktinde zorbalığa maruz kalabilmektedir. Siber zorbalıktaki bu anonimlik zorbaya cesaret vermektedir (Korkmaz, 2016). Bir diğer farklılık ise siber zorbalıkta geleneksel zorbalığın aksine fiziki yönden güçlü olan kişi mağdur olabilirken zayıf olan kişi zorba olabilmektedir (Hinduja ve Patchin, 2007). Failler yüz yüze durumlara kıyasla çevrimiçiyyken daha az sorumluluk ve hesap verebilirlik hissederler (Schneider, 2012). Bu bağlamda siber zorbalığın psikolojik sonuçlarının geleneksel zorbalıkla benzer olup olmadığını anlamak önleyici çalışmalar açısından önemlidir (Schneider, 2012).

Araştırmalar, yakın dönemde tüm dünyayı etkisi altına alan COVID-19 salgını sonrası internet ve sosyal medya kullanımının arttığını göstermektedir. Örneğin, Türkiye’de yapılan bir çalışmada, COVID-19 döneminde üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımının anlamlı bir şekilde arttığı sonucuna ulaşılmıştır (Bozkurt ve Bozkurt, 2022). Malezya’da yapılan bir çalışmada ergenler arasında yüksek oranda siber zorbalık ve depresyon olduğu sonucuna varmıştır (Pang, 2023). Bu bulgular ışığında, siber zorbalığa maruz kalan kişilerin oranının daha yüksek olması ve COVID-19 sonrası siber zorbalığa maruz kalmanın depresyonu daha güçlü bir şekilde yordaması beklenmektedir.

Ayrıca alan yazın taraması sonucu, zorbalık konusunda üniversite öğrencileri üzerinde yapılan çalışmaların oldukça sınırlı olduğu görülmüştür. Bu çalışmalardan zorbalık türlerinin psikolojik sorunlarla ilişkisini COVID-19 salgını öncesinde inceleyen birinde (Özkal, 2011), siber zorbalık düzeyinin, geleneksel zorbalık çeşitleri olan ideolojik zorbalık ve dışlama yoluyla yapılan zorbalıktan daha düşük olduğu bulunmuştur. Üniversite örnekleminde hem akran ilişkilerinin hem de dijital medya kullanımının yaygınlığı dikkate alındığında, akran zorbalığının sanal ve geleneksel yönleriyle COVID-19 sonrası incelenmesinin, önemli bilgiler ortaya koyacağı düşünülmektedir. Tüm bu noktalardan hareketle bu çalışmada, öncelikle üniversite öğrencileri arasında geleneksel ve siber zorbalığa maruz kalma yaygınlığı ve zorbalığa maruz kalma biçimlerinin cinsiyet açısından farklılaşıp farklılaşmadığının incelenmesi planlanmaktadır. Çalışmada ayrıca geleneksel ve sanal zorbalık biçimlerinin depresyonu yordama gücünün incelenmesi amaçlanmaktadır.

YÖNTEM

Örneklem

Araştırmanın örneklemini farklı üniversitelerde öğrenim gören ön lisans, lisans ve lisansüstü öğrenciler oluşturmaktadır. Araştırma kapsamında 351 kadın (%74.3), 119 erkek (%25.3) olmak üzere 18-46 yaş aralığında (Ort. = 21.66, S = 2.92) toplam 470 katılımcıya ulaşılmıştır. Katılımcılar, araştırmaya uygun örnekleme (convenience sampling) yöntemiyle gönüllü olarak dahil edilmiştir. Katılımcılara ait sosyodemografik bilgiler Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1: Katılımcıların Sosyodemografik Özellikleri

	<i>N (%)</i>
Eğitim programı	
Ön lisans	27 (%5.7)
Lisans	439 (%93.4)
Yüksek lisans	4 (%0.9)
Üniversite yılı	
Birinci yıl	138 (%29.4)
İkinci yıl	59 (%12.6)
Üçüncü yıl	108 (%23.0)
Dördüncü yıl	150 (%31.9)
Beşinci yıl	12 (%2.6)
Altıncı yıl	3 (%0.6)
İlişki durumu	
Hayır, yalnızım	258 (%54.9)
Evet	168 (%35.7)
Karmaşık	44 (%9.4)
Özel konuları konuşabileceği birisi	
Evet	399 (%84.9)
Hayır	71 (%15.1)
Anne eğitim düzeyi	
Liseden daha az	283 (60.2)
Lise	11 (23.6)
Yükseköğretim	56 (11.9)
Bilmiyorum	20 (4.3)
Baba eğitim düzeyi	
Liseden daha az	283 (60.2)
Lise	111 (23.6)
Yükseköğretim	56 (11.9)

Bilmiyorum	20 (4.3)
Sosyal medyada aktiflik	
Evet	381 (81.1)
Hayır	89 (18.9)
Sosyal medyada geçirilen süre	
Bir-iki saat	136 (28.9)
Üç- dört saat	222 (47.2)
Altı- yedi saat	89 (18.9)
Yedi saatten fazla	23 (4.9)

Veri Toplama Araçları

Beck Depresyon Envanteri (BDE). Beck ve arkadaşları tarafından 1961 yılında geliştirilmiştir (APA, 2011). Ölçek, tanı koymaktan ziyade depresif belirtilerin şiddeti konusunda bilgilendirme amacı taşımaktadır (Avşar, 2007). Birçok dile çevrilen envanter yüksek düzeyde kültürlerarası güvenilirlik ve geçerlik göstermiştir (Avşar, 2007). Türkçeye uyarlaması Hisli (1989) tarafından yapılmıştır. BDE umutsuzluk, kişinin kendine yönelik olumsuz duyguları, bedensel kaygılar, suçluluk duygulanımları olmak üzere 4 alt boyuttan ve 21 maddeden oluşan öz bildirim türünde bir ölçme aracıdır. Her bir madde, 0 (hiç = Üzgün ve sıkıntılı değilim.) ile 3 (ciddi derecede = O kadar üzgün ve sıkıntılıyım ki, artık dayanamıyorum.) arasında değerlendirilmekte ve yüksek puanlar depresif belirtilerde artışı ifade etmektedir. BDE'nin Türkçe formunun iki yarım güvenilirlik katsayısının .74 olduğu (Hisli, 1989), ölçüt bağıntılı geçerlik katsayısının ise .47 ile .63 arasında değiştiği bulunmuştur (Hisli, 1988).

Üniversite Öğrencilerinde Akran Zorbalığını Belirleme Ölçeği (AZB). Ölçek, üniversite örnekleminde akran zorbalığını ölçmek amacıyla Özkal (2011) tarafından geliştirilmiştir. Ölçek akran zorbalığını, söylenti yayma (örn., Hakkımda çeşitli yerlere çirkin yazılar yazıldı.), cinsel zorbalık (örn., Rahatsız edici cinsel içerikli fiziksel şakalara uğradım.), ideolojik zorbalık (örn., Değerlerimle alay edildi.), siber zorbalık (örn., Benden habersiz facebook vb. sitelerde adıma hesap açıldı.), dışlama (örn., Görmezden gelindim, yok sayıldım.) ve fiziksel zorbalık (örn., Bana yumruk atıldı.) olmak üzere 6 alt boyutta değerlendirmektedir (Özkal, 2011). Yapılan açımlayıcı faktör analizi sonucu ölçeğin toplam varyansın %42.31'ini açıklayan altı faktörden oluştuğu bulunmuştur. Bu değer örneklem büyüklüğünün faktör analizi yapabilmek için yeterli olduğunu göstermiştir. Ölçeğin Cronbach alfa değerleri alt boyutlara göre şu şekilde sıralanmıştır: Dışlama .88, fiziksel zorbalık .79, söylenti yayma .73, cinsel zorbalık .72, ideolojik zorbalık .80 ve siber zorbalık .65 (Özkal,

2011). Bu çalışmada ölçeğin Cronbach alfa değerleri dışlama için .93, fiziksel zorbalık için .85, söylenti yayma için .73, cinsel zorbalık için .73, ideolojik zorbalık için .85 ve siber zorbalık için .70 olarak bulunmuştur.

İşlem

Bu çalışma, Çankırı Karatekin Üniversitesi'nin etik kurulu tarafından 25.10.2022 tarih ve 28 sayılı kurul kararıyla onaylanmıştır. Araştırmada kullanılması planlanan ölçeklerin izinleri alınmıştır. Demografik bilgileri içeren anket formu ve kullanılan ölçekler toplam 320 katılımcıya yüz yüze görüşme yöntemiyle uygulanmıştır. Ancak, 6 Şubat depremi sonrasında online eğitime geçilmesi nedeniyle 120 katılımcı için çevrimiçi anket oluşturma aracı olan Google Forms kullanılarak çevrimiçi olarak uygulanmıştır. Katılımcılardan bilgilendirilmiş onam alınmış olup araştırmanın gönüllülük esasına dayandığı, verilerin gizli tutulacağı ve katılımcıların istedikleri zaman araştırmadan çekilebilecekleri vurgulanmıştır. Ölçeklerin uygulama süresi, 20-30 dakika arasında değişmiştir.

BULGULAR

Katılımcıların Beck Depresyon Envanteri ve Üniversite Öğrencilerinde Akran Zorbalığını Belirleme Ölçeği'nin alt boyut puanlarının ortalama ve standart sapmaları Tablo 2'de verilmiştir.

Tablo 2: Beck Depresyon Envanteri, Üniversite Öğrencilerinde Akran Zorbalığını Belirleme Ölçeği'nin Ortalama ve Standart Sapmaları

	<i>Ort</i>	<i>Min.</i>	<i>Maks.</i>	<i>S</i>
Beck Depresyon Envanteri	36.72	21.00	80.00	10.00
Üniversite Öğrencilerinde Akran Zorbalığını Belirleme Ölçeği				
Dışlama	18.12	13.00	65.00	8.40
Fiziksel zorbalık	11.98	11.00	51.00	2.95
Söylenti yayma	6.72	6.00	27.00	1.94
İdeolojik zorbalık	5.90	5.00	25.00	2.51
Cinsel zorbalık	6.87	6.00	25.00	2.10
Siber zorbalık	4.53	4.00	15.00	1.49

Üniversite öğrencilerinde zorbalık yaygınlığını belirlemek için Üniversite Öğrencilerinde Akran Zorbalığını Belirleme Ölçeği'ndeki sorulara yanıt veren katılımcılar iki gruba ayrılmıştır. 'Haftada en az bir defa' ve 'hemen hemen her gün' seçeneklerini işaretleyenler, zorbalığa uğrayanlar, diğer seçenekleri (dönem

boyunca bir defa, ayda bir defa, hiçbir zaman) işaretleyenler ise zorbalığa uğramayanlar olarak gruplandırılmıştır. Bu doğrultuda belirlenen zorbalık yaygınlık oranları Tablo 3'te gösterilmiştir.

Tablo 3: Üniversite Öğrencilerinde Akran Zorbalığının Yaygınlığı

	Zorbalığa uğrayanlar		Zorbalığa uğramayanlar	
	N	%	N	%
Toplam	123	26.2	347	73.8
Dışlama	95	20.2	375	79.8
Fiziksel Zorbalık	24	5.1	446	94.9
Söylenti Yayma	24	5.1	446	94.9
Cinsel Zorbalık	26	5.5	444	94.5
İdeolojik Zorbalık	29	6.2	441	93.8
Siber Zorbalık	16	3.4	454	96.6

Tablo 3'te sunulan bulgulara göre, üniversite öğrencileri arasında en yaygın görülen zorbalık türü %20.2 ile dışlamadır. Onu takip eden diğer bir zorbalık türü ise %6.2 oranıyla ideolojik zorbalıktır.

Depresyon ve akran zorbalığının cinsiyete göre farklılaşıp farklılaşmadığını değerlendirebilmek için 351 kadın katılımcı arasından rastgele seçilen 119 kadın ile 119 erkek katılımcının puanları bağımsız örneklem t-testi kullanılarak karşılaştırılmış ve sonuçlar Tablo 4'te verilmiştir.

Tablo 4: Depresyon ve Akran Zorbalığının Cinsiyete Göre İncelenmesi

Değişken	Levene Varyans Eşitliği		t- testi (ortalamaların eşitliği)		
	F	p	t	df	p)
Depresyon	1.44	0.23	1.43	236	0.15
Dışlama	4.37	0.04	1.65	230.58	0.10
Fiziki zorbalık	2.87	0.09	-1.07	236	0.29
Söylenti yayma	0.03	0.86	0.03	236	0.98
İdeolojik zorbalık	0.03	0.86	0.19	236	0.85
Cinsel zorbalık	6.57	0.01	-1.81	187.59	0.07
Siber zorbalık	0.22	0.64	-0.23	236	0.82

Levene Varyans Eşitliği testine göre, depresyon ($F = 1.44$, $p = 0.23$), fiziki zorbalık ($F = 2.87$, $p = 0.09$), söylenti yayma ($F = 0.03$, $p = 0.86$), ideolojik zorbalık ($F = 0.03$, $p = 0.86$) ve siber zorbalık ($F = 0.22$, $p = 0.64$) değişkenlerinin varyansları homojen iken dışlama ($F = 4.37$, $p = 0.04$) ve cinsel

zorbalık ($F = 6.57$, $p = 0.01$) değişkenlerinin varyansları homojen değildir. Varyansları homojen olmayan dışlama ve cinsel zorbalık için Welch t-testi sonuçları rapor edilmiştir. Buna göre, depresyon ($t = 1.43$, $df = 236$, $p = 0.15$), dışlama ($t = 1.65$, $df = 230.58$, $p = 0.10$), fiziki zorbalık ($t = -1.07$, $df = 236$, $p = 0.29$), söylenti yayma ($t = 0.03$, $df = 236$, $p = 0.98$), ideolojik zorbalık ($t = 0.19$, $df = 236$, $p = 0.85$), cinsel zorbalık ($t = -1.81$, $df = 187.59$, $p = 0.07$) ve siber zorbalık ($t = -0.23$, $df = 236$, $p = 0.82$) değişkenleri arasında cinsiyete göre istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar bulunmamıştır.

Zorbalık alt boyutları ve depresyon arasındaki ilişkiyi görmek için üniversite öğrencilerinde Akran Zorbalığını Belirleme Ölçeği alt boyutları ile Beck Depresyon Envanteri toplam puanları arasında Pearson Momentler Çarpımı Korelasyon katsayıları hesaplanmıştır. Sonuçlar Tablo 5'te verilmiştir.

Tablo 5: Üniversite Öğrencilerinde Akran Zorbalığını Belirleme Ölçeğinin Alt Boyutları ile Beck Depresyon Envanterinin Birbiriyle Korelasyonları

	2	3	4	5	6	7
1. Depresyon	.50**	.34**	.34**	.39**	.31**	.24**
2. Dışlama		.51**	.63**	.57**	.45**	.26**
3. Fiziksel zorbalık			.65**	.57**	.56**	.41**
4. Söylenti yoluyla zorbalık				.55**	.57**	.46**
5. İdeolojik zorbalık					.52**	.23**
6. Cinsel zorbalık						.55**
7. Siber zorbalık						

** $p < .01$ düzeyinde anlamlıdır.

Tablo 5'teki korelasyon analizi sonuçlarına göre, depresyon ile en yüksek ilişki, dışlama yoluyla zorbalık arasında gözlenmiştir ($r = .50$, $p < .01$). Bu sonuç, dışlama arttıkça öğrencilerin depresyon düzeylerinin arttığını göstermektedir. Benzer şekilde, depresyon puanları ile geleneksel akran zorbalığının diğer biçimleri olan fiziksel zorbalık ($r = .34$, $p < .01$), söylenti yoluyla zorbalık ($r = .34$, $p < .01$), ideolojik zorbalık ($r = .39$, $p < .01$) ve cinsel zorbalık ($r = .31$, $p < .01$) arasında da pozitif ve anlamlı korelasyonlar bulunmuştur. Bu bulgular, fiziksel zorbalık, söylenti yoluyla zorbalık, ideolojik zorbalık ve cinsel zorbalık arttıkça öğrencilerin depresyon düzeylerinin arttığını göstermektedir. Ayrıca, depresyon puanları ile siber zorbalık arasında da anlamlı bir pozitif korelasyon gözlenmiştir ($r = .24$, $p < .01$). Bu bulgu, dijital iletişim araçları kullanarak gerçekleştirilen siber zorbalığın, üniversite öğrencileri arasında depresyon belirtileriyle ilişkili olduğu anlamına gelmektedir.

Üniversite öğrencilerinin depresyon düzeylerinin geleneksel akran zorbalığı (fiziksel zorbalık, söylenti yoluyla zorbalık, ideolojik zorbalık ve cinsel zorbalık) ve siber akran zorbalığı boyutları tarafından ne düzeyde yordandığını incelemek için Enter metodunu içeren çoklu regresyon analizi kullanılmıştır. Sonuçlar Tablo 6’da verilmiştir.

Tablo 6: Geleneksel ve Siber Zorbalık Biçimlerinin Üniversite Öğrencilerinin Depresyon Düzeylerini Yordama Gücü

	B	Std. Hata	β	t	p
<i>Geleneksel Zorbalık</i>					
Söylenti yayma	-0.48	0.32	-0.09	-1.51	.13
Fiziki zorbalık	0.18	0.19	0.05	0.93	.35
İdeolojik zorbalık	0.56	0.22	0.14	2.57	.01
Cinsel zorbalık	0.00	0.27	0.00	0.01	.99
Dışlama	0.79	0.33	0.12	2.41	.02
<i>Siber Zorbalık</i>	0.51	0.06	0.43	7.80	.00
Sabit	21.74	1.79		12.15	.00
$R^2 = 0.28$, $F(6, 463) = 30.528$, $p < .001$					

Tablo 6’da görüldüğü gibi, depresyon düzeyinin modeldeki bağımsız değişkenler tarafından anlamlı düzeyde yordandığı saptanmıştır ($F(6, 463) = 30.528$ $p < .001$). Modelin toplam varyansı açıklama gücü $R^2 = .28$ olarak hesaplanmıştır. Bu bulgu, analizde kullanılan değişkenlerin toplam varyansın %28’ini açıkladığını ve bu değişkenlerin depresyon düzeyini önemli ölçüde etkilediğini göstermektedir.

Sonuçlar, dışlama deneyiminin ($\beta = .43$, $p = .00$) üniversite öğrencilerinin depresyon düzeylerini yordama gücü bakımından ilk sırada geldiğini göstermiştir. Dışlama deneyimlerinin depresyon belirtilerini artırdığı ve bu iki değişken arasında güçlü bir ilişki olduğu görülmektedir. Üniversite öğrencilerinin depresyon düzeylerini yordama gücü bakımından ikinci sırada etkili değişken ise ideolojik zorbalık ($\beta = .14$, $p = .01$) olmuştur. İdeolojik zorbalıkla depresyon arasındaki pozitif ilişki, öğrencilerin ideolojik olarak maruz kaldıkları zorbalık deneyimlerinin depresyon belirtilerini artırdığını göstermektedir. Sonuçlar ayrıca siber zorbalığın da üniversite öğrencilerinin depresyon düzeyini etkileyen bir faktör olduğunu ($\beta = .12$, $p = .02$) ortaya koymuştur. Bu bulgu, dijital iletişim araçları kullanarak gerçekleştirilen siber zorbalığın üniversite öğrencileri üzerindeki etkisini göstermektedir. Söylenti yayma ($\beta = -.09$, $p = .13$), fiziksel zorbalık ($\beta = .05$, $p = .35$) ve cinsel zorbalığın ($\beta = .00$, $p = .99$) depresyonu yordamadığı bulunmuştur.

TARTIŞMA

Bu araştırmada, ilk olarak üniversite öğrencileri arasında geleneksel ve siber zorbalığa maruz kalma yaygınlığı ile zorbalığa maruz kalma biçimlerinin cinsiyet açısından farklılaşıp farklılaşmadığı incelenmiştir. Ardından zorbalığın alt boyutlarının depresyonla ilişkisine bakılmıştır.

Bu çalışmada yer alan katılımcılar arasında genel zorbalık oranı %26.2 olarak rapor edilmiştir. Bu bulgu, dünya genelinde üniversite öğrencilerinde zorbalığın yaygınlığını gösteren diğer çalışmalarla genel olarak uyumludur. Örneğin, Çin'de üniversite öğrencileriyle yapılan kapsamlı bir araştırmada zorbalıkla karşılaşma oranının %8.3 olduğu tespit edilmiştir (Yu ve ark., 2022). Türkiye'de üniversite öğrencileri arasında yapılan bir çalışmada ise zorbalık yaygınlık oranının %17 olduğu rapor edilmiştir (Özkal, 2011). Birleşik Arap Emirlikleri'nde ise zorbalık deneyimi %26.3 olarak raporlanmıştır (Al-Darmaki ve ark., 2022). Endonezya'daki bir üniversitede elde edilen sonuçlar, öğrencilerin %19.34'ünün zorbalık kurbanı olduğunu göstermiştir (Adil ve Muzdalifah, 2022).

Çalışmada yer alan zorbalığın alt boyutları açısından sonuçlar ise siber zorbalığın %3.4, cinsel zorbalığın %5.5, ideolojik zorbalığın %6.2, söylenti yayma yoluyla zorbalığın %5.1, fiziki zorbalığın %5.1 ve dışlama yoluyla zorbalığın %20.2 olduğunu göstermiştir. Bu sonuçlar alan yazındaki bulgulara genel olarak örtüşmekle birlikte bazı açılardan farklılaşmaktadır. Örneğin, Özkal (2011) tarafından üniversite öğrencileriyle yapılan çalışmada yer alan alt boyutlardan bazıları için oranlar; dışlama %4.9, ideolojik zorbalık %7.1 ve fiziksel zorbalık %2 olarak rapor edilmiştir. Ayrıca Pontzer (2010) tarafından yapılan bir çalışmada sözel zorbalık %13.3, ilişkisel zorbalık %8.9, fiziksel zorbalık %2.7 olarak belirlenmiştir. Endonezya'da yapılan bir araştırmada ise sözlü zorbalık %94.43, sosyal izolasyon %3.61, fiziksel zorbalık %1.96 olarak belirlenmiştir (Adil ve Muzdalifah, 2022). Çalışmamızın sonuçları incelenen akran zorbalığının tüm alt boyutlarının üniversite öğrencileri arasında çeşitli düzeylerde görüldüğünü ortaya koyması bakımından alan yazınla tutarlıdır. Bununla birlikte bu çalışmada diğer çalışmalardan farklı olarak dışlamanın diğer boyutlara kıyasla belirgin bir biçimde yaygın olduğu ve bunu ideolojik zorbalığın izlediği bulunmuştur. Türkiye'de yapılmış olması nedeniyle özellikle Özkal'ın (2011) çalışmasıyla karşılaştırıldığında, bu çalışmada dışlama boyutunun oranının belirgin bir şekilde yüksek olduğu ve ideolojik zorbalığın dışlamanın ardından en yaygın boyut olarak ortaya çıktığı görülmektedir. Bu durumun, bu çalışmanın verilerinin 2023 Cumhurbaşkanlığı seçiminin hemen öncesinde elde edilmiş olmasından kaynaklanmış olabileceği düşünülmektedir. İdeolojik fikirlerin sıklıkla gündeme geldiği, sağ ya da sol popülist söylemlerin

sıkça kullanıldığı seçim ortamı, ideolojik kutuplaşmayı desteklemiş olabilir. Seçim döneminde artan popülist hareketler ve söylemler, toplumun bir kesimini savunurken diğer kesimleri ötekileştiren ve dışlayan bir tutum sergilenmesine yol açabilmektedir (Güngör, 2023). Dolayısıyla, farklı ideolojilere veya yaşam tarzlarına sahip bireyler, popülist hareketlerin ve söylemlerin desteklediği bir ortamda, daha fazla dışmaya maruz kalmış olabilirler.

Bu çalışmada elde edilen bulguların ayrıca lise ve öncesi örneklemden elde edilen bulgulardan da belirli açılardan farklılaştığı görülmüştür. Türkiye’de lise öğrencileri üzerinde yapılan bir araştırmada, fiziksel zorbalık oranı %26.7 olarak tespit edilmiştir (Polat ve Sohbet, 2022). Lise düzeyinde gerçekleştirilen başka bir çalışmada ise, öğrencilerin %62.96’sının fiziksel zorbalığa maruz kaldığı belirlenmiştir (Mercan ve Sarı, 2018). Aynı şekilde, lise öğrencileri üzerinde yürütülen bir diğer araştırma, fiziksel zorbalığın diğer akran zorbalığı türlerine göre en yüksek mağduriyet ortalamasına sahip olduğunu ortaya koymuştur (Çelenk ve Yıldızlar, 2019). Brezilya’da zorbalık türlerinin lisede yaygınlığını ölçen başka bir araştırmada ise, fiziksel zorbalığın %15.1 olduğu görülmüştür (Loch ve ark., 2020). Amerika Birleşik Devletleri’nde lise öğrencileriyle yapılan bir araştırmada fiziksel zorbalık oranı %14 olarak rapor edilmiştir (Gan ve ark., 2014). Bu bulgular karşılaştırıldığında üniversite öğrencilerinin fiziksel zorbalık oranının lise öğrencilerinden belirgin şekilde daha düşük olduğu dikkati çekmektedir. Bunun nedeni, üniversite öğrencilerinin yetişkinliğe daha yakın bir yaş grubunda olmaları nedeniyle bu tür davranışların çevre tarafından daha az kabul görmesi olabilir. Aynı zamanda üniversite ortamı, öğrencilerin daha çeşitli ve büyük bir sosyal çevreyle etkileşime girdiği ve daha fazla insanla ilişkileri olduğu bir yerdir. Bu sosyal çevredeki etkileşimler ve ilişkiler, öğrencilerin sosyal becerilerini geliştirmelerine ve çatışma durumlarında kendilerini fiziksel olarak ifade etmemeyi tercih etmelerine yardımcı olabilir.

Bu çalışmada, ayrıca akran zorbalığının alt boyutları ile depresyon arasında pozitif ve anlamlı ilişkiler olduğu tespit edilmiştir. Sonuçlar, incelenen değişkenler arasında en güçlü ilişkinin, dışlama boyutu ile depresyon arasındaki ilişki olduğunu göstermiştir. Bu sonuç, Özkal (2011) tarafından yapılan çalışmanın sonuçlarıyla genel olarak uyumludur. Ayrıca, bu çalışmada ideolojik zorbalık boyutunun depresyon ile en yüksek ilişkiye sahip ikinci alt boyut olduğu belirlenmiştir. Ancak Özkal’ın çalışmasında dışlama alt boyutunu söylenti yayma yoluyla zorbalık izlemiştir. Yukarıda değinildiği gibi bu araştırmanın verilerinin seçimin hemen öncesinde toplanmış olması ve seçim sürecindeki söylemler, zorbalığın dışlama ve ideolojik boyutu ile depresyon arasındaki ilişkisinin gücüne etki etmiş olabilir.

Bu çalışmada, korelasyonel ilişkinin yanı sıra bu boyutların depresyonu yordama gücü de incelenmiştir. Elde edilen sonuçlar, dışlamanın depresyonu en güçlü yordayan alt boyut olduğunu ortaya koymuştur. Dışlama, bireyin sosyal izolasyona ve sosyal destekten yoksun kalmasına neden olmaktadır ve bu durum dışlama alt boyutunun depresyonu en güçlü yordayan değişken olmasını anlaşılır kılmaktadır. Dışlamadan sonra, depresyonu güçlü biçimde yordayan değişken ideolojik zorbalık olarak belirlenmiştir. İdeolojik zorbalık bireyin kişisel kimliği, değerleri ve inançlarıyla ilgili saldırıları içermesi nedeniyle bireylerin kendilerini değersiz veya kabul edilmemiş hissetmelerine yol açabilir. Özellikle üniversite öğrencilerinin yaş grubunu kapsayan beliren yetişkinlik dönemi, kimlik konularının öne çıktığı bir dönem olarak kabul edilmektedir (Atak ve Çok, 2010). Üniversite deneyimi, öğrencilere ailelerinin belirlediği sosyal alanların dışına çıkma fırsatı sunar ve çeşitli dünya görüşleri ile karşılaşma imkanı sağlar. Üniversiteler, öğrencilerin özgür ve düşünsel olarak uyarıcı bir ortamda yoğun fikir alışverişi yapabildiği yerlerdir. Bu dönem, bireylerin sosyal çevrelerini genişletmelerine ve farklı bakış açılarına maruz kalmalarına katkıda bulunur (Doğan ve Cebioğlu, 2011). Bu ortamlarda ideolojik olarak zorbalığa maruz kalan bireyler, zamanla ideolojik görüş ayrılıkları neticesinde kendilerini dışlanmış hissedebilirler. Nitekim çalışmamızda da dışlama ve ideolojik zorbalık arasında oldukça güçlü bir ilişki gözlenmiştir. Bu bulgu, dışlama ve ideolojik zorbalık boyutlarının birlikte görülmesinin, depresyon semptomlarının daha şiddetli bir şekilde ortaya çıkmasına katkıda bulunabileceğini düşündürmektedir.

İdeolojik zorbalık olgusu, çeşitli kültürel yapıların varlığına bağlı olarak hem Türkiye içerisinde hem de uluslararası platformlarda literatürde çeşitlilik arz etmektedir. Örnek vermek gerekirse, Kafkas, Hispanic, beyaz veya siyah gibi etnik ve kültürel ayrımlar, farklı ülkelerin özgün niteliklerini yansıtan kavramlar olarak öne çıkmaktadır. Bununla birlikte, Türkiye'de üniversite ortamlarında ideolojik zorbalığın, bireylerin dünya görüşleri ve ideolojik farklılıkları etrafında şekillenerek gerçekleştirilen bir davranış biçimini ifade ettiği gözlenmektedir (Özkal, 2011). Öte yandan, Türkiye'deki modernleşme süreciyle ilgili yapılan bir çalışma, muhafazakâr ve seküler ideolojilere sahip gençlerde siyasal ve sosyal değişimin yaşandığını göstermektedir. Gençlerin modernleşme sürecinin etkisiyle siyasal ve sosyal hayatta değişim yaşadığı ve yetişkinlerden farklı özelliklere sahip olduğu belirtilmektedir. İdeolojik farklılıkların gençler arasında kutuplaşma ve bloklaşma şeklinde belirginleştiği, ancak yetişkinlerdeki kadar keskin olmadığı belirtilmektedir. Bu olumlu eğilim, gelecekteki kuşaklar arasında daha sağlıklı iletişimi ve iş birliğini teşvik ederek, ideolojik hoşgörü ve çeşitlilik temelli bir toplumsal yapının inşasına katkı sağlayabilir (Bağcı, 2020).

Dışlama ve ideolojik zorbalık boyutları dışında siber zorbalığın da, zorbalık ve depresyon arasındaki ilişkide belirgin bir rol oynadığı görülmüştür. Siber zorbalığın belirleyici rolünün altında yatan nedenler çeşitli faktörleri içerebilir. Tehdit ve saldırılara maruz kalma, bireyin çevrimiçi platformlarda sürekli bir tehdit ortamında olmasına, hakaretlere maruz kalmasına neden olabilir. Bu tehditler, bireyin stres düzeyini artırabilir ve psikolojik sıkıntılarla bağlantılı olarak depresyonu tetikleyebilir. Siber zorbalığa maruz kalmak ayrıca bireyin özsaygısını ve benlik saygısını olumsuz yönde etkileyebilir. Hemşirelik öğrencileriyle yapılan bir çalışmada, öğrencilerin maruz kaldığı siber zorbalık arttıkça koşulsuz kendini kabul düzeylerinin azaldığı ve koşullu kendini kabul düzeylerinin arttığı bulunmuştur (Yunus ve Arslan, 2022). Koşullu kendini kabul, bireylerin kendilerini başkalarının onayına ve takdirine bağlı olarak kabul etmeleri anlamına gelir. Bireylerin kendilik değerini dışarıdan gelen onaylara dayandırması ve bu onayın eksikliği durumunda kendilerini değersiz hissetmelerine yol açabilir. Bu durum, öğrencilerin sosyal medya üzerinden aldıkları beğeni ve olumlu yorumların benlik saygılarını olumlu; zaman zaman aldıkları zorbalık içeren mesaj ve yorumların ise olumsuz etkilediğini düşündürmektedir. Düşen benlik saygısı, sürekli eleştirilere ve saldırılara maruz kalma, kişilerin kendilerine olan güvenlerini kaybetmelerine ve depresif semptomlar geliştirmelerine sebep olabilmektedir. Ek olarak, diğer zorbalık alt boyutlarının depresyonu güçlü şekilde yordamadığı görülmüştür.

Bu çalışmadan elde edilen zorbalığa maruz kalan bireylerde depresyon riskinin arttığına yönelik bulgu, literatürdeki çok sayıda çalışmanın bulgularıyla uyumludur (Eyuboğlu ve ark., 2021; Özkal, 2011; Schneider ve ark., 2012; Yu ve ark., 2022; Yunus ve Arslan, 2022). Ancak bizim çalışmamızda, geleneksel zorbalığın alt boyutlarından kaynaklanan dışlama ve ideolojik zorbalığın, depresyon üzerinde siber zorbalıktan daha güçlü bir etkiye sahip olduğu bulgulanmıştır. Bu bulgu, literatürdeki siber zorbalığın öğrencilerin iyilik halleri üzerinde daha olumsuz bir etkisinin olduğunu gösteren bazı çalışmalardan farklılaşmaktadır (Campbell ve ark., 2012; Schneider ve ark., 2012; Wang ve ark., 2011). Ancak bu farklılıkta temel olarak seçim sürecinin etkili olmuş olabileceği düşünülmekle birlikte, kullanılan ölçüm araçlarının da rol oynamış olabileceği göz ardı edilmemelidir. Bu çalışmada siber zorbalık, akran zorbalığının alt kategorilerinden biri olarak ele alınmışken, diğer çalışmalarda geleneksel ve siber zorbalık ayrı başlıklar altında ele alınmıştır. Gelecekteki araştırmalarda siber zorbalık alt boyutunun daha ayrıntılı bir şekilde incelenmesi, güvenilir sonuçlar elde etmek amacıyla daha fazla veri toplanması, aynı zamanda kültürel faktörlerin etkisini anlamak adına kültürlerarası çalışmaların yürütülmesi gerekliliği öne çıkmaktadır.

Bu çalışmada yapılan analizler, zorbalığa uğramanın cinsiyete göre farklılaşmadığını göstermiştir. Bu bulgu, literatürde yer alan bazı çalışmalarla uyumludur (Lee ve ark., 2022; Polat ve Sohbet, 2020; Yunus ve Arslan, 2022). Bununla birlikte, zorbalığa uğramanın cinsiyete göre farklılaşmasına dair bazı çalışmalar da mevcuttur (Schneider ve ark., 2012; Yu ve ark., 2022). Aynı şekilde, bu çalışmada zorbalığa maruz kalmanın depresyona olan etkisinin cinsiyete göre farklılaşmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Ancak, bu sonuç literatürle çelişmektedir. Depresyonun cinsiyete göre farklılaşmasına dair bulgular literatürde yer almaktadır (Eyuboğlu ve ark., 2021; Levine, 2022; Maurya ve ark., 2022). Bu tür farklılıkları etkileyen karmaşık faktörlerin daha iyi anlaşılması, etkili önlemler ve politikaların geliştirilmesine katkı sağlayabilir. Bu tür farklı sonuçların anlaşılması için cinsiyet konusunda daha kapsamlı ve çok yönlü araştırmalara ihtiyaç olduğu düşünülmektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Sonuçlar, üniversite öğrencileri arasında incelenen akran zorbalığı biçimlerinin tümünün farklı oranlarda görüldüğünü ancak en yaygın olanın dışlama olduğunu ve bunu ideolojik zorbalığın izlediğini göstermiştir. Ayrıca zorbalığın dışlama ile ideolojik boyutları arasında güçlü bir ilişki olduğu görülmüştür. Dışlama bireyin sosyal çevreden soyutlanması sonucu sosyal destekten yoksun kalmasına yol açabilir. Bu durum bir yandan bireyin iyilik halini olumsuz etkilerken diğer yandan artan yalnızlığa bağlı olarak bireyi akran zorbalığının daha çok hedefi haline getirebilir. Dışlamanın çoğu başka şehirlerden gelmiş ve üniversitede yeni ilişkiler kurmaya çalışan öğrenciler açısından sonuçları daha da olumsuz olabilir.

Bu araştırmada ayrıca hem siber ve hem de geleneksel akran zorbalığının depresyon üzerinde olumsuz etkisinin olduğu ortaya konmuştur. Bununla birlikte geleneksel akran zorbalığının depresyonu sanal akran zorbalığına kıyasla daha güçlü bir şekilde yordadığı görülmüştür. Bu bağlamda özellikle üniversite öğrencileri arasında depresyonda rol oynadığı tespit edilen dışlama ve ideolojik akran zorbalığının tedavilerde yeterince hedeflenmesinin, üniversite öğrencileri arasında depresyonu azaltmaya katkıda bulunacağı düşünülmektedir.

Bununla birlikte, yapılan araştırmanın bazı sınırlılıkları da vardır. Veriler, yalnızca Çankırı'daki bir üniversiteden elde edilmiştir, bu sebeple sonuçlar genelleştirilirken dikkatli olunmalıdır. Gelecekte, farklı bölgelerden ve farklı üniversitelerden örneklemelerle yapılan çalışmaların sonuçlarıyla karşılaştırmalı analizler yapmak daha sağlam sonuçlar sağlayacaktır. Bunun yanı sıra, gelecekteki araştırmalarda siber zorbalık alt boyutunun ayrı ve ayrıntılı bir şekilde ele alınmasının ölçme gücünü artıracak ve böylece siber zorbalığın

incelenen değişkenlerle ilişkisinde daha güvenilir sonuçlar elde etmeye katkıda bulunacağı düşünülmektedir. Gelecekteki araştırmaların ayrıca üniversite öğrencileri arasında özellikle cinsiyet faktörünü dikkate alan araştırma desenlerini ve analizleri içermesi, araştırmalar arasında cinsiyet bağlamındaki çelişkili sonuçları açıklamaya yardımcı olacaktır.

Sonuç olarak, bu çalışma, üniversite öğrencileri arasındaki akran zorbalığının depresyonla ilişkisini dijital ve gerçek dünya etkilerini kıyaslayarak ele almak için önemli bir adımdır. Bulunan ilişkilerin anlaşılması ve bu alandaki farkındalığın artırılması, üniversitelerdeki öğrencilerin psikolojik sağlığını korumak ve desteklemek için atılacak adımları yönlendirecektir.

REFERANSLAR

- Adalar Çelenk, T., ve Yıldızlar, O. (2019). Lise öğrencilerinde akran zorbalığı ve mağduriyetinin incelenmesi. *Sağlık ve Yaşam Bilimleri Dergisi*, 1(2), 24-31. <https://doi.org/10.33308/2687248X.201912150>
- Adil, D., ve Muzdalifah, F. (2022). Students' Bullying Experiences at University Level. *Psikopedagogia Jurnal Bimbingan dan Konseling*, 10(1), 23.
- Akca, E. B., ve Sayımer, İ. (2017). Siber zorbalık kavramı, türleri ve ilişkili olduğu faktörler: Mevcut araştırmalar üzerinden bir değerlendirme. *Bilişim Teknolojileri Online Dergisi*, 8(30), 7-19.
- Al-Darmaki, F., Al Sabbah, H., ve Haroun, D. (2022). Prevalence of Bullying Behaviors Among Students From a National University in the United Arab Emirates: A Cross-Sectional Study. *Frontiers in Psychology*, 13, 768305.
- Amerikan Psikologlar Derneği. (2009). Siber zorbalığa karşı dikkatli olun. <https://www.apa.org/topics/bullying/online> adresinden 16 Haziran 2022 tarihinde alınmıştır.
- Amerikan Psikologlar Derneği. (2011). Beck Depresyon Envanteri (BDI). <https://www.apa.org/pi/about/publications/caregivers/practice-settings/assessment/tools/beck-depression> adresinden 16 Haziran 2022 tarihinde alınmıştır.
- Amerikan Psikologlar Derneği. (2021). Bullying. <https://www.apa.org/topics/bullying> adresinden 16 Haziran 2022 tarihinde alınmıştır.
- Atak, H., ve Çok, F. (2010). İnsan yaşamında yeni bir dönem: Beliren yetişkinlik. *Çocuk ve Gençlik Ruh Sağlığı Dergisi*, 17(1), 39-50.
- Avşar, F. (2007). Doğrulamalı faktör analizi ve Beck Depresyon Envanteri üzerine bir uygulama [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Yıldız Teknik Üniversitesi.
- Bağcı, İ. (2020). Modernleşme sürecindeki Türkiye’de gençliğin siyasal ve sosyal analizi. *OPUS International Journal of Society Researches*, 15(22), 1511-1539.
- Baumeister, R. F., ve Leary, M. R. (1995). The need to belong: Desire for interpersonal attachment as a fundamental human motivation. *Psychological Bulletin*, 117(3), 497-529.
- Bottino, S. M. B., Bottino, C., Regina, C. G., Correia, A. V. L., ve Ribeiro, W. S. (2015). Cyberbullying and adolescent mental health: systematic review. *Cadernos de Saude Publica*, 31, 463-475.

- Bozkurt, İ., ve Bozkurt, Ö. (2021). COVID-19 Kısıtlamaları Sürecinde Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı ve Temel Psikolojik İhtiyaçlar Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Bağımlılık Dergisi*, 23(2), 181-190.
- Campbell, M., Spears, B., Slee, P., Butler, D., ve Kift, S. (2012). Victims' perceptions of traditional and cyberbullying, and the psychosocial correlates of their victimisation. *Emotional and Behavioural Difficulties*, 17(3-4), 389-401. doi:10.1080/13632752.2012.7043
- Doğan A., ve Cebioğlu S. (2011). Beliren yetişkinlik: Ergenlikten yetişkinliğe uzanan bir dönem. *Türk Psikoloji Yazıları*, 14(28), 11-23.
- Edwards, L., Kontostathis, A. E., ve Fisher, C. (2016). Cyberbullying, race/ethnicity and mental health outcomes: A review of the literature. *Media and Communication*, 4(3), 71-78.
- Eyuboglu, M., Eyuboglu, D., Pala, S. C., Oktar, D., Demirtas, Z., Arslantas, D., ve Unsal, A. (2021). Traditional school bullying and cyberbullying: Prevalence, the effect on mental health problems and self-harm behavior. *Psychiatry Research*, 297, 113730. <https://doi.org/10.1016/j.psychres.2021.113730>.
- Gan, S. S., Zhong, C., Das, S., Gan, J. S., Willis, S., ve Tully, E. (2014). The prevalence of bullying and cyberbullying in high school: A 2011 survey. *International Journal of Adolescent Medicine and Health*, 26(1).
- Gökler, R. (2009). Okullarda akran zorbalığı. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 6(2), 511-537.
- Güçlücan, Z. (2012, 10 Eylül). Modern çağın salgın hastalığı depresyon. E-Psikiyatri. <https://www.e-psikiyatri.com/modern-cagin-salgin-hastaligi-depresyon-adresinden-16-Haziran-2022-tarihinde-alinmistir>.
- Gül, H., Fırat, S., Sertçelik, M., Gül, A., Gürel, Y., ve Kılıç, B. G. (2019). Türkiye'de bir klinik ergen örneğinde siber zorbalık: Sorunlu akıllı telefon kullanımının etkileri, psikiyatrik belirtiler ve duygu düzenleme güçlükleri. *Psikiyatri ve Klinik Psikofarmakoloji*, 29(4), 547-557.
- Güngör, B. (2023). Popülist söylem ve 2023 seçimleri. *Kastamonu Gündem Gazetesi*.
- Hames, J. L., Hagan, C. R., ve Joiner, T. E. (2013). Interpersonal processes in depression. *Annual Review of Clinical Psychology*, 9, 355-377.
- Hinduja, S., ve Patchin, J. W. (2007). Offline consequences of online victimization: School violence and delinquency. *Journal of School Violence*, 6(3), 89-112. https://doi.org/10.1300/J202v06n03_06.
- Hisli, N. (1988). Beck Depresyon Envanteri'nin geçerliği üzerine bir çalışma. *Psikoloji Dergisi*, 6, 118-126.

- Hisli, N. (1989). Beck depresyon envanterinin üniversite öğrencileri için geçerliği, güvenilirliği. *Psikoloji Dergisi*, 7, 3-13.
- Kazdin, A. E. (2000). Depresyon. <https://www.apa.org/topics/depression> adresinden 16 Haziran 2022 tarihinde alınmıştır.
- Kirdchok, P., Kolkijkovin, V., Munsukpol, W., ve Chinvararak, C. (2022). Prevalence of common mental health problems and associated factors among university students visiting Supara mental health service: A cross-sectional study. *F1000Research*, 11(1107), 1107.
- Korkmaz, A. (2016). Siber zorbalık: Fizikselden sanala yeni şiddet. *Anadolu Üniversitesi İletişim Bilgileri Fakültesi Dergisi*, 24(2), 74-85.
- Kubiszewski, V., Fontaine, R., Huré, K., ve Rusch, E. (2013). Le cyber-bullying à l'adolescence : problèmes psycho-sociaux associés et spécificités par rapport au bullying scolaire [Cyber-bullying in adolescents: associated psychosocial problems and comparison with school bullying]. *L'Encephale*, 39(2), 77-84. <https://doi.org/10.1016/j.encep.2012.01.008>
- Lee, J. I., Wu, C. Y., Huang, W., Lee, M. B., Chan, C. T., ve Chen, C. Y. (2022). Prevalence of bullying victimization and its association with self-perceived health, psychopathology, and suicidality: A nationwide population-based survey in Taiwan. *Journal of the Formosan Medical Association = Taiwan Yi Zhi*, 121(12), 2416-2423. <https://doi.org/10.1016/j.jfma.2022.07.008>.
- Levine, R. S., Bintliff, A. V., ve Raj, A. (2022). Gendered analysis of cyberbullying victimization and its associations with suicidality: Findings from the 2019 Youth Risk Behavior Survey. *Adolescents*, 2(2), 235-251.
- Loch, A. P., Astolfi, R. C., Leite, M. A., Papa, C. H. G., Ryngelblum, M., Eisner, M., ve Peres, M. F. T. (2020). Victims, bullies and bully-victims: Prevalence and association with negative health outcomes from a cross-sectional study in São Paulo, Brazil. *International Journal of Public Health*, 65(8), 1485-1495.
- Lupu, L. (2022, May 12-14). Depression-epidemiology and treatment [Oral Presentation]. MedEspera: International Medical Congress for Students and Young Doctors, Chişinău, Republic of Moldova. <https://repository.usmf.md/handle/20.500.12710/21206>
- Mercan, H. ve Yıldırım Sarı, H. (2018). Lise Öğrencilerinde Akran Zorbalığı ve Sosyodemografik Değişkenlerle İlişkisi. *Florence Nightingale Journal of Nursing*, 26(1), 21-29.
- Maurya, C., Muhammad, T., Dhillon, P., ve Maurya, P. (2022). The effects of cyberbullying victimization on depression and suicidal ideation among

- adolescents and young adults: A three year cohort study from India. *BMC Psychiatry*, 22(1), 1-14.
- Özkal, U. Ü. (2011). Üniversite öğrencileri arasında zorbalık ve zorbalığın psikolojik sorunlarla ilişkisi [Yüksek lisans tezi]. Ankara Üniversitesi.
- Pang, K. Y., Ku, W. L., Teng, J. H. J., Ling, P. O. H., ve Ooi, P. B. (2023). The Prevalence and Association of Cyberbullying and Depression in the Malaysian Adolescent Population During the COVID-19 Pandemic. *Vulnerable Children and Youth Studies*, 1-13.
- Polat, F., ve Sohbet, R. (2020). Ortaöğretim öğrencilerinde akran zorbalığı. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Tıp Fakültesi Dergisi*, 15(2), 41-51.
- Pontzer, D. (2010). A theoretical test of bullying behavior: Parenting, personality, and the bully/victim relationship. *Journal of Family Violence*, 25(3), 259–273. <https://doi.org/10.1007/s10896-009-9289-5>
- Schneider, S. K., O'donnell, L., Stueve, A., ve Coulter, R. W. (2012). Cyberbullying, school bullying, and psychological distress: A regional census of high school students. *American Journal of Public Health*, 102(1), 171-177.
- Topçu-Üzer, Ç., ve Tanrikulu, İ. (2017). Siber zorbalığı önleme ve müdahale programları: Ulusal bir alanyazın taraması. *Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 30(1), 1-17.
- Uludaşdemir, D. (2017). 12-17 yaş arası adölesanların siber zorbalık deneyimleri ve ebeveynlerin siber zorbalık konusundaki farkındalık durumlarının incelenmesi [Doktora tezi]. Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi.
- Wang, J., Nansel, T. R., ve Iannotti, R. J. (2011). Cyber and traditional bullying: differential association with depression. *The Journal of adolescent health : official publication of the Society for Adolescent Medicine*, 48(4), 415–417. <https://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2010.07.012>
- Yunus, K. A. Y., ve Arslan, S. (2022). Hemşirelik öğrencilerinde akran zorbalığı ile ilişkili faktörler ve kendini kabul arasındaki ilişki. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11(4), 1641-1661.
- Yu, Q., Wu, S., Twayigira, M., Luo, X., Gao, X., Shen, Y., Long, Y., Huang, C., ve Shen, Y. (2022). Prevalence and associated factors of school bullying among Chinese college students in Changsha, China. *Journal of Affective Disorders*, 297, 62–67.

91. Bölüm

Havayolu İşletmelerinde Müşteri İlişkileri Yönetimi

Mustafa Kemal YILMAZ¹

Birsen YILMAZ²

¹ Doç. Dr., Samsun Üniversitesi Sivil Havacılık Yüksekokulu, Havacılık Yönetimi,
kemal.yilmaz@samsun.edu.tr ORCID No: 0000-0002-1533-8990

² Öğr. Gör., Avrasya Üniversitesi Meslek Yüksekokulu, Sivil Havacılık Kabin Hizmetleri,
brsn_5326@hotmail.com ORCID No: 0000-0002-4126-0613

ÖZET

Küreselleşmenin etkisiyle artan rekabet sonucu müşterilerin işletmeler için öneminin artması, müşteri ilişkileri yönetiminde köklü değişikliklere gidilmesine sebebiyet vermiştir. Tüketim toplumunun oluşması ile birlikte gelir düzeyindeki gözle görülen artış, müşterilerin istek ve beklentilerini de değiştirmiştir. Özellikle; 2003 yılında Türk havayolu pazarında yaşanan deregülasyon (serbestleşme) sonrası, pazarın monopol yapıdan oligopol yapıya dönüşmesiyle birlikte rekabet faktörü önemli bir unsur haline gelmiştir. İşletmeler sürdürülebilirliğini devam ettirebilmek için müşterilerini ellerinde tutmaya veya yeni müşteriler bulmaya odaklanmışlardır. Diğer sektörlerde olduğu gibi havayolu işletme sektöründe de müşteri odaklı yaklaşımlar önem kazanmaya başlamıştır.

Müşterilerin memnuniyet düzeyi işletmelerin devamlılığı için oldukça büyük önem taşımaktadır. Müşteriye kendini farklı ve önemli hissettirme, işletmenin rekabet edebilirliğini artırmakta, geleceğe yönelik ürün yaşam eğrisinin devamlılığına katkı sunmaktadır. Dolayısıyla, bu çalışmada havayolu işletmelerinde uygulanan müşteri ilişkileri yönetim süreçleri ele alınmakta; müşteri seçimi ve müşteri edinme, mevcut müşterilerin devamlılığının sağlanması ve müşteri derinleştirme kavramları incelenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Müşteri, Müşteri İlişkileri Yönetimi, Havayolu, Havacılık

1. GİRİŞ

Günümüzde, müşteri ilişkileri yönetimi; havacılık sektörü için olmazsa olmaz, stratejik bir kavram haline gelmiştir. Müşteri ile olan ilişkiler ve bu ilişkilerin yönetilmesi oldukça önemlidir; çünkü, gelişen ve değişen teknoloji ile birlikte müşterinin bilgiye daha kolay ve hızlı bir şekilde ulaşabilmesi müşterinin kendine sunulan ürün ve hizmetlerle yetinememesini beraberinde getirmektedir. Havacılık sektöründe sunulan ürün ve hizmetlerin kalitesi sürekli bir yenilenme ve farklılaşma ihtiyacı içindedir; çünkü, sektördeki güçlü rakiplerin varlığı rekabetin yoğun bir şekilde yaşanmasına sebebiyet verdiğinden, müşterinin algıladığı kalite faktörü her geçen gün değişmektedir. Müşteriyle kurulan uzun dönemli ilişkiler müşteri devamlılığını sağlayacak ve bunun sonucunda rakiplerin müşteri kapma girişimleri sonuçsuz kalacaktır. Tatmin olmuş müşterilerin işletme için daha yüksek değere sahip oldukları ve bu müşteriler ile uzun dönemli ilişki kurulması halinde sadık müşterilere dönüşebilme potansiyelleri, havayolu işletmeleri için arzulanan bir durumdur. Bu noktada, küreselleşme ile birlikte değişen müşteri yapısı işletmeleri önemli ölçüde hizmet kalitesinde inovasyona yönlendirmiştir.

Müşteriler artık işletmelerin odak noktasına yerleşmiş, müşteri memnuniyetinin sağlanması ve müşterinin gözünde değer yaratma havayolu işletmeleri için olmazsa olmaz bir kavram haline gelmiştir. Havayolu işletmelerinin müşterilerinin yolcular olduğu düşünüldüğünde; yolcuların beklentisi, ödedikleri ücret karşılığında güler yüzle karşılanmak ve kaliteli hizmet almaktır. Havayolu tarifesiyle ilgili zamanında kalkış, uçuş sıklığı gibi ürün özellikleri de yolcunun tatmin olmasını sağlamaktadır. Yine havayolu işletmesinin bilet fiyatları ve biletleme koşulları yolcuların tercih edebilirliğini artırmakta, bu durum havayolu işletmesinin imajına da olumlu katkılar sunmaktadır. Bu noktada işletmelerin asıl amacı ürün/hizmet satmak değil, müşteriye elde etmek ve elde tutmak olmalıdır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Müşteri ve Tüketici Kavramı

Müşteri, bir işletmenin belirli bir marka malını, idari veya kişisel amaçları için satın alan kişi veya kuruluştur. Mevcut müşteri, işletmenin sürekli satış yaptığı ve işletmenin malını veya hizmetini her zaman satın alan müşteridir. Muhtemel müşteri, işletmenin satış için görüştüğü, fakat halen işletmenin müşterisi olmamış müşteri adayıdır. Eski müşteri, işletmenin daha önce müşterisi olmuş fakat çeşitli nedenler ile artık müşterisi olmayan kişi veya kuruluştur. Yeni müşteri, bir işletmenin malını veya hizmetini ilk defa satın alan müşteridir. Hedef müşteri, belirli bir işletmenin belirli mallarını satın alabileceği

amaçlanan kişi veya kurumlardır (Yıldız, 2002: s. 49), (Demir ve Kırdar, 2007: s. 299).

Tüketici kavramı ise; bireysel ihtiyaç, istek ve arzuların karşılanması için pazarlama kurumlarınca sunulan mal ve hizmetleri satın alma gücüne sahip olan bireyler olarak tanımlanmaktadır (Yener, 1988: s. 14), (Nicosia, 1996: s. 29), (Bişkin, 2010: s. 416).

Tüm canlılar hayatlarını sürdürebilmek için gerek birinci derecede zorunlu olan ihtiyaçları olsun gerekse istek ve arzularını karşılamak amacı ile tüketim yapmaktadırlar. Diğer canlı gruplarından farklı olarak insanların yapmış oldukları tüketim, insanlığın bir parçası olan ekonomik, ticari ve sosyal sürecin önemli bir olgusudur (Sirgy, 1982: s. 287), (Durmaz, Bahar Oruç ve Kurtlar, 2011: s. 115). Bu noktada tüketici, sunulan ürün veya hizmetleri başka ürün ve hizmetlerin üretimi için değil, genel olarak kişisel veya ailesel gereksinimlerinin karşılanması için kullanan kişidir. Müşteri ise, başkası adına aktif bir şekilde satın alma eğiliminde olan ya da yakın gelecekte alacak olan kişidir (Durmaz, 2008, s. 4), (Durmaz, Bahar Oruç ve Kurtlar, 2011: s. 115).

İşletmecilik açısından pek çok farklı müşteri çeşidi bulunmaktadır; fakat, burada işletmeler için önemli olan, ürün veya hizmeti satın alan ve sürekli kullanma eğiliminde olan müşteridir. Müşteriden alınan her olumsuz geri bildirim aslında işletmenin geleceği için oldukça önemli ve olumlu bir girdidir. Çünkü gelişmiş müşteri ilişkileri yönetimi ile müşterilerle kurulan iletişim ne kadar güçlü ve etkili olursa, bu durum işletmelere pozitif girdi olarak yansımaktadır. Havacılık sektörü açısından bakıldığında ise; durum bundan çok da farklı değildir. Çünkü üretilen hizmetin kalitesi ne kadar iyi ve yüksek olursa müşteri memnuniyeti ve mutluluğu o derece artmış olacaktır.

2.2. Müşteri İlişkileri ve Müşteri İlişkileri Yönetimi

Geleneksel müşteri ilişkileri yönetimi, geçmişte ne üretirsem satarım düşüncesinden hareketle müşterinin satın almak zorunda olduğu dönemi kapsamaktadır. Burada müşterinin istek, ihtiyaç ve beklentilerinden ziyade işletmeler ön plandadır. Ancak değişen ve gelişen dünyada üretim ve maliyetlerin yanı sıra kalite kavramı da ön plana çıkmaya başlamıştır. Bununla birlikte işletmeler için yeni ve zorlu bir dönem başlamıştır. Çünkü artık sektörde alternatif olarak ürün veya hizmet üretenler olduğu için müşterinin tercih edebilirliğinin de artması sonucu işletmelerin müşteriye odaklanma ihtiyacı artmıştır.

1990'ların en büyük özelliği ise, tüketicilerin güçlerini ortaya koymaları olmuştur. Tüketiciler artık kendilerinin de söyleyecekleri bir şeyleri olduğunu ve bunları dinletmeleri gerektiğini farketmişlerdir. Bu süreçte; işletmeler,

küresel rekabet ortamında varlıklarını sürdürebilmek için müşterilerini dinlemek ve anlamak zorunda olduklarını anlamışlardır (Demir ve Kırdar, 2007: s. 295), (Bozkurt, 2000: s. 25).

Geleneksel pazarlama yaklaşımında satış odaklı anlayış ön plana çıkmaktadır. Bu durum günümüzde her geçen gün geçerliliğini kaybetmektedir; çünkü, satış ve hizmet sonrası teknik destek, müşteriler için artık oldukça önemli hale gelmiştir. Yani müşteri ürün veya hizmetle ilgili bir sorun yaşadığında kendisine bir muhatap bulabilme ihtiyacı hissetmektedir. Özellikle, geleneksel pazarlama yaklaşımının bütün müşterileri aynı ve eşdeğer olarak görmesi, günümüz sürdürülebilir piyasa şartları için neredeyse imkansız hale gelmiştir. İşletmelerin çok farklı profilde müşteri portföyü bulunmaktadır. Bu noktada işletmeler her müşteri ile ayrı ayrı iletişim kurmalı, istek ve taleplerini tek tek incelemelidirler.

Müşteri ilişkileri yönetimi temelinde, müşteri nezdinde değer algısının yaratılması öncelikli bir konu olup, uzun dönemde müşterinin elde tutulması ve memnun edilmesi işletmenin imajı açısından da oldukça önemlidir.

İşletmeler tarafından sunulan her güzel hizmet, dokuz kişi ile paylaşılırken; yapılan hatalı ve müşteriyi memnun etmeyen her davranış, yaklaşık yirmi bir kişi ile paylaşılmaktadır. İşletmenin sunduğu ürün veya hizmetin kalitesi müşterinin algısında iyi bir konumda ise; bu durum işletmenin lehine olacaktır. Bu bağlamda, ilişkisel pazarlama temelinde müşteri hizmetleri artık günümüz işletmecilik anlayışının bel kemiğini oluşturmaktadır.

Müşteri isteklerinin değişimi, ortaya çıkan pazarlama teorileri ve mevcut teknolojilerin birleşimi, işletmelerin müşteri ile bağlantı şeklinde önemli değişimler yaratmaktadır. Müşteri ilişkileri yönetiminin ekseninde yatan en önemli faktör; modern pazarlama ve yönetim yaklaşımları, hayat boyu müşteri değer analizleri, birebir pazarlama ve yatırım ilişkileri gibi süreçlerdeki değişimlerdir (Hamşioğlu, 2004: s. 157).

Bu bağlamda, müşteri ilişkileri yönetimi; insan, süreç ve teknolojiyi birleştirerek, müşteriyi öncelikleyen ve müşterilerle doğrudan temas sağlayan, işletmenin her anlamda müşterisiyle bütünleşmesini sağlayan geniş kapsamlı bir yaklaşımdır.

3. HAVAYOLU İŞLETMELERİNDE MÜŞTERİ İLİŞKİLERİ YÖNETİMİ

Havayolu işletmelerinde müşteri ilişkileri yönetiminin temel amacı, her bir müşteriyi bireysel olarak tanıyabilmek ve ona özel davranabilmektir. Müşteri ilişkileri yönetimi, müşteri ilişkileri yönetiminin bileşenleri olan insan, süreç ve teknolojiyi entegre ederek müşteri ile ilişkileri maksimuma ulaştırmayı hedefler.

Buna ulaşmak için, yeni müşterilerin bulunması ya da yeni ürün ya da hizmetler sunarak mevcut müşterilerin dikkatlerinin çekilmesi, müşteriler ile iletişimin, alışverişin arttırılması ve ilişkilerin yönetilmesi için yapılan aktivitelerin koordineli bir şekilde yürütülmesidir (Finnegan ve Willcocks, 2007), (Yiğit, 2017: s. 10).

Müşteri ilişkilerinin en büyük amacı kârlılığı, geliri ve müşteri tatminini teknolojiyen en iyi şekilde yararlanıp arttırmaktır. Müşteriye sunulan hizmetin kalitesi ne kadar artarsa müşteri bağlılığı da artacaktır. Müşteride yaratılan her değer müşteriyle etkileşimi arttıracığı için sunulan hizmetin kalitesini de geliştirme fırsatına işletme sahip olacaktır. Müşteriler için tek bir ürün veya hizmet üzerinde değil, birden fazla ürün veya hizmete odaklanılmalıdır. Müşterilerin istek ve ihtiyaçları ne kadar iyi tespit edilirse işletmenin sürdürülebilirliği ve verimliliği için bu durum oldukça faydalı olacaktır. Burada bir diğer önemli husus ise; işletmenin iç müşterisi konumunda olan çalışanların memnuniyetidir. Çünkü bir işletme de personel devir hızı ne kadar yüksek olursa işletmenin imajı ve prestiji bundan olumsuz yönde etkilenecektir. Nitekim, bu durum yöneticilerin ve işyeri sahiplerinin hiç istemediği bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır. Özellikle, havayolu sektörü için yolcuların memnun edilmesinin yanı sıra tüm çalışan personelin; uçağın kaptanından, uçağı temizleyen temizlik görevlisine kadar, bunun içinde hostesler, yer görevlileri, bakım personeli, ikram personeli gibi bir çok çalışanın bulunduğu, bu kadar komplike bir yapının bir araya geldiği bu sistem ve sektörde, çalışanların mutluluğu yolcuların mutluluğuna da yansiyip havayolunun gelecekte kendini daha iyi bir yerde konumlandırmasına katkı sağlayacaktır.

3.1. Havayolu İşletmelerinde Müşteri İlişkileri Yönetimi Süreci

Müşteri ilişkileri yönetimi üç ana süreçten oluşmaktadır. Bunlar sırasıyla (1) müşteri seçimi ve müşteri edinme, (2) müşteri koruma ve (3) müşteri derinleştirmedir. Havayolu sektöründe ise, müşteri edinmekten ziyade edinilmiş müşterinin elde tutulması daha öncelikli bir konudur. Çünkü küreselleşmenin de etkisiyle birlikte pazardaki havayolu işletmeleri artış göstermiş ve bununla birlikte artan rekabetin de etkisiyle müşterileri elde tutmak için oldukça fazla çaba harcamak gerekmektedir. Buradan da anlaşılacağı üzere; havayolu sektörü için müşteriler/yolcular, sistemin olmazsa olmaz bir parçası olarak hatta modern yönetim anlayışında piramidin en üst basamağında yer almaktadır. Havayollarında müşteri yönetim süreci aslında birazda yolcuların havayolu işletmesi ile yaşadıkları ilk deneyim sonrası yolcunun gözünde iyi bir imaj yaratıp; gerek hizmet sunumu, gerek biletleme de kolaylık, 7/24 bilet satışı, gerek uçuş sonrası yolcu memnuniyet anketleri doğrultusunda yolculara geri

dönüş yapıp uçuş hakkında memnuniyet derecelerini öğrenip bir sonraki uçuş için yolculara yeni alternatifler sunmak, havayollarının artık yapması gereken elzem vazifelerden biri olmuştur.

3.1.1. Müşteri Seçimi ve Müşteri Edinme

Havayolu işletmeleri açısından müşteri seçimi, hedef kitlenin doğru bir şekilde belirlenmesinden geçmektedir. Hitap edilen yolcu profilinin iş amaçlı, tatil amaçlı, ...vb. olup olmadığı belirlendikten sonra her bir yolcu grubu içi ayrı stratejiler geliştirilmelidir.

Müşteri seçim faaliyetleri havayolu işletmeleri için biraz maliyetli olsa da yolcuların sadık müşteri haline gelmeleri durumunda havayolu işletmeleri bu durumdan hatırı sayılır bir menfaat elde edeceklerdir. Havayolu pazarında ne kadar iyi ve doğru bir konumlandırma yapılırsa gerek hizmet sunumu, gerek emniyet ve güvenlik açısından havayolunun bilinilirliğine bu durum katkı sağlayacaktır. Bu noktada havayolu işletmelerinin yolcuları için gerekli ihtiyaç analizlerini de yapmaları gerekir ki yolcunun istek ve beklentileri en iyi şekilde karşılanabilsin. Örneğin; yolcular müşteri ilişkileri tarafından aranarak uçuş için daha farklı olarak talep ettikleri hizmetler sorgulanabilir, “Nasıl bir hizmet sizi daha mutlu ve memnun eder?” gibi sorulara cevap aranması müşteri beklentilerinin dikkate alınması noktasında havayolu işletmelerine katkı sağlayacaktır.

Diğer taraftan, Türk Hava Yolları gibi bayrak taşıyıcı ve aynı zamanda küresel uçuş ağına sahip olan bir havayolu için müşteri seçim ve edinme aşamaları havayolu işletmesini çok fazla etkilemeyebilir; çünkü, zaten pazarda belli bir konuma gelmiş ve hatırı sayılır bir müşteri portföyüne ulaşılmıştır. Burada Alman bayrak taşıyıcı işletmesi Lufthansa içinde aynı durum geçerliliğini korurken, düşük maliyetli yani “low cost” taşıyıcılar ile daha küçük ölçekli havayolu işletmeleri için aynı durumdan söz edilemeyebilir.

3.1.2. Müşteri Koruma

Müşteri koruma kavramı, hali hazırda ilgili havayolunu tercih eden yolcuları yine aynı havayolunun müşteri portföyünde tutmayı başarmaktır. Yolcu bağlılığı ve sadakati sayesinde bu durum sağlanmış olur.

Havayolunun asıl amaçlarından biri de mevcut yolcuları elde tutmaktır; çünkü, bu yolcuların işletmeye gider maliyetinden ziyade gelir faydası bulunmaktadır. Havayolu işletmeleri bu durumu yolcu sadakat programı olarak ifade edilen sık uçan yolcu programları ile desteklemektedir. Örneğin; İngiliz bayrak taşıyıcı havayolu işletmesi British Airways, “One world” havayolu ittifak grubunda yer alıp yolcularına millerini 5 yıla kadar kullanabilme imkanı

sunmaktadır. Yine dev bir havayolu işletmesi olan China Airlines “Star Alliance” havayolu ittifak grubunda bulunup kendi havayolu grubunda bulunan havayolu işletmelerinin “Gold Card” yolcularına havaalanında bulunan “CIP Lounge” dinlenme salonlarını uluslararası uçuşlar için kullanabilme fırsatı sunmaktadır.

Havayolu işletmeleri olarak sorulması gereken bir diğer soru ise şu olmalıdır. Yolcu ne kadar süre elde tutulabilir? Çünkü, burada küresel bir piyasadan ve rekabetin oldukça yoğun bir şekilde yaşandığı bir sektörden bahsedilmektedir. Bu durum her yolcunun havayolu işletmeleri için hayati bir öneme sahip olduğunu göstermektedir.

3.1.3.Müşteri Derinleştirme

Müşteri derinleştirme kavramı, havayolu işletmelerinin kazanmış oldukları müşterilerin bağlılığının ve kârlılığının uzun süre devam ettirilmesi anlamına gelmektedir. Burada havayolu pazarı için yolcuların ihtiyaçlarının çok iyi bir şekilde tespit edilmiş olması gerekmektedir. Artık yolcuların birey olarak tanınması istek ve ihtiyaçlarının bilinmesi gerekir. Örneğin; yolcunun havaalanına gelişinde özel olarak karşılanması, özellikle yolcu pasaportunu vermeden önce yolcuya ismiyle hitap edilmesi yolcunun memnuniyet derecesini artıracaktır. Diğer taraftan, okyanus aşırı uçuşlarda uçak içerisinde yolcuya sunulacak ikram çeşitliliği ve öncesinde yolcuların talebi doğrultusunda hazırlanan özel yiyecek ve içecekler yolcu nezdinde havayoluna ilişkin değer algısının yükselmesine olanak sağlamaktadır. Özellikle, Türk Hava Yolları’nın sunduğu bir hizmet olarak müşterilerinin özel günlerinde uçuş esnasında yaş pasta ikramı, kutlama, tebrik mesajı gibi özel hizmetler sunulması müşterilerinin beklediği kalite ve değer algısını artırmaktadır.

Havayolu işletmelerinin özellikli yolcularını çok iyi tanıması ve onlara istediği değeri sunması gerekir; çünkü değer olarak ifade edilen şey, yolcunun nazarında bilete ödediği paranın karşılığını sunabilmektir. Diğer taraftan, havayolunun veritabanında bulunan yolcu bilgilerinin sık sık güncellenmesi ve buna yönelik hizmetler geliştirilmesi yolcunun ilgili havayolunu tercih etmesinde ve sürekli uçuş yapmaya devam etmesinde etkili olacaktır. Gerekirse yolcunun izni dahilinde tüm özel anlarına ilişkin bilgilere erişilip buna yönelik hizmetler sunulması yolcunun bağlılığının artmasını sağlayacaktır.

Modern çağda insanların gelir düzeyleri yükselmiş; fakat, insanlar yalnızlaştığı için kendilerini değerli ve önemli hissettikleri kurumlara karşı bir sadakat algısı oluşmuştur. Aslında burada kazan-kazan ilişkisi kurulmaktadır; çünkü, havayolu bu müşteriler ile sürdürülebilirliğini ve kârlılığını sağlamakla birlikte, müşteriler ise duygusal tatminlerini yaşamaktadır.

4. SONUÇ

Müşteri ilişkileri yönetimi genel anlamda işletmenin pazarlama fonksiyonunu yakından ilgilendirmektedir. Havacılık sektörüne bakıldığında müşteri ilişkileri yönetimi Türkiye’de 2003 yılında yaşanan deregülasyon (serbestleşme) sonrası daha fazla önem kazanmaya başlamıştır. Çünkü, rekabet fonksiyonunun artması işletmelerin yolcuları ile daha yakından ilgilenmelerine istek ve arzularını daha fazla dikkate almalarına neden olmuştur.

Liberalleşen dünyada bütün sektörlerde olduğu gibi havacılık sektöründe de sürdürülebilirlik için müşteri memnuniyeti olmazsa olmaz bir yaklaşım olarak görülmektedir. İletişimin önem kazanmasıyla birlikte yolcular ile kurulan bağın önem ve ehemmiyeti artış göstermiştir. Çünkü uçuş sonrası yolculardan alınan geri dönütler işletmenin devamlılığı açısından faydalı olmaktadır. Ayrıca bu durum özellikle havayolu sektörü açısından prestij ve bilinilirliğin artışına da olanak sağlamaktadır.

Günümüz işletmecilik anlayışında müşteri beklentilerinin artması özellikle havacılık sektörü için oldukça hayati bir öneme sahiptir. Havayolu işletmelerinin birincil gelir kaynağı uçan yolculardır. Bundan dolayı, yolcunun memnun edilmesi ve bir sonraki uçuş için tercih sebebi olabilmek havayolu işletmeleri için önem arz etmektedir. Gelişen teknoloji ile birlikte her geçen gün bilgiye ulaşımın kolaylaşması yolcuların tercih sebeplerinde değişikliğe gitmelerinde etkili olmaktadır. Yolcular bu doğrultuda uçuş ile ilgili olarak bilgi sahibi olmakta ve diğer havayolu işletmeleri ile kıyaslama yapma fırsatına sahip olmaktadır. Diğer taraftan, havayolu işletmelerinin iç müşterisi olan çalışanlarına karşı görev ve sorumlulukları da bu süreçte artmış olup, iç müşteri memnuniyeti ne kadar yüksek olursa bu durum dış müşteri denilen yolcuların sadakatini ve bağlılığını da doğrudan etkilemektedir.

Değişen ve gelişen teknolojilerle birlikte müşterilerin görüş ve önerileri işletmeler açısından oldukça değerli hale gelmiştir. Türk Hava Yolları gibi büyük havayolu işletmelerinin yolcu sadakat programları ile müşteriyi elinde tutmak istemeleri işletmelerin uzun dönemde kârlılığının artmasına olanak sağlamakta, bu durum işletmelerin yatırım yapabilirliğini de olumlu yönde etkilemektedir. Günümüzde müşteri ilişkileri yönetimi müşterilere karşı özel bir ilgi ve alakayı beraberinde getirmiştir. Çünkü insanlar yalnızlaştığı için kendilerini önemli ve değerli hissetmek istemektedirler. Havayolu işletmeleri bunu başardıkları takdirde yolcunun güvenini ve sadakatini sağlamış olacaklardır.

KAYNAKÇA

- Bişkin, F. (2010). Markanın Pazarlama Açısından Önemi ve Tüketici Tercihleri -Memnuniyeti Çerçevesinde Otomobil Sahipleri Üzerine Bir Araştırma. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 10(20), 411-434.
- Bozkurt, İ. (2000). *Bütünleşik Pazarlama İletişimi*. İstanbul: MediaCat Yayınları.
- Demir, F. O., & Kırdar, Y. (2007). Müşteri İlişkileri Yönetimi: CRM. *Review of Social, Economic & Business Studies*, 7(8), 293-308.
- Durmaz. (2008). *Tüketici Davranışı*. Ankara: Detay Yayınları.
- Durmaz, Y., Bahar Oruç, R., & Kurtlar, M. (2011). Kişisel Faktörlerin Tüketici Satın Alma Davranışlarına Etkisi Üzerine Bir Araştırma. *Akademik Yaklaşımlar Dergisi*, 2(1), 114-133.
- Finnegan, D. J., & Willcocks, L. P. (2007). *Implementing CRM: From Technology to Knowledge*. John Wiley & Sons.
- Hamşioğlu, A. (2004). Pazarlamada Yeni Bir Açılım: Birebir Pazarlama ve Müşteri İlişkileri Yönetiminin Değerlendirilmesi. *Manas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(9), 155-167.
- Nicosia, F. (1996). *Consumer Decision Process*. New Jersey: Prentice Hall.
- Odabaşı, Y., & Barış, G. (2002). *Tüketici Davranışı*. İstanbul: MediCat Yayınları.
- Oluç, M. (1991). Satın Alıcıların Davranışlarının Dinamikleri I. *Pazarlama Dünyası*, 5(27), 2.
- Sirgy, J. (1982). Self-Concept in Consumer Behavior: A Critical Review. *Journal of Consumer Research*, 9(3), 287.
- Yener, M. (1988). Tüketici Davranışını Etkileyen Faktörler ve Tüketici Davranışları ile İlgili Yapılmış Araştırmalar. *Standart Dergisi*, 27(321), 14.
- Yiğit, D. (2017). Müşteri İlişkileri Yönetimi, Veri Madenciliğinin Müşteri İlişkileri Yönetiminde Kullanımı ve Bir Uygulama. *Yüksek Lisans Tezi, Galatasaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*.
- Yıldızel, A. (2002). Müşteri İlişkileri Yönetiminde Bilgi Teknolojilerinin Kullanımı. *Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul*, 49.

92. Bölüm

Dijitalleşme, Sürdürülebilirlik ve Döngüsel Ekonomi Ekseninde Küresel Moda Endüstrisindeki Gelişmelere Genel Bir Bakış

Elif DENİZ¹

¹ Doç. Dr. , İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi İİBF İşletme Bölümü,
elif.deniz@ikcu.edu.tr, ORCID No: 0000-0001-6873-5757

ABSTRACT

The fashion industry is an industry that shines from the past to the present, provides high incomes and always attracts attention. The fact that the fashion phenomenon has an important place in our lives and consumers' current interest in fashion causes the demand for fashion products to continue on a regular basis. However, when sustainability and environmental awareness, which started in the recent past and rapidly increased with concerns such as the climate crisis, and the changes created by the Covid-19 pandemic process in consumer behavior and demands, the signals of criticism and expectation towards the industry have become more visible. The dynamics created by technological developments through digitalization and e-commerce, as well as the increasing awareness of sustainability and circular economy with socio-political implications stand out as the main factors that ignite change and transformation in the global fashion industry. In this study, a quick glance at the global fashion industry in numbers and the impact of the industry on the environment, the reflections of digitalization and e-commerce on the industry, the changing demands and expectations of environmentally conscious consumers for fashion products, the ways of visibility of rising sustainability awareness and circular economy practices in the industry are examined and evaluations are made about the fashion industry on this axis.

Keywords: Fashion, Fashion Industry, Sustainability, Circular economy, Digitalization

JEL Codes: M0, M3

ÖZET

Moda endüstrisi geçmişten günümüze parlayan, yüksek gelirler sağlayan ve her daim dikkat çeken bir endüstri olarak karşımıza çıkmaktadır. Moda fenomeninin hayatımızda önemli bir yere sahip olması ve tüketicilerin güncel olarak modaya ilgi duyması moda ürünlerine dair talebin de düzenli bir biçimde devam etmesine sebep olmaktadır. Ancak yakın geçmişte başlayan ve iklim krizi gibi kaygılarla hızlı bir biçimde yükselen sürdürülebilirlik ve çevre bilinci ile Covid-19 pandemisi sürecinin tüketici davranış ve taleplerinde yarattığı değişiklikler birlikte ele alındığında endüstriye yönelik ortaya çıkan eleştiri ve beklenti sinyalleri daha görünür hale gelmiştir. Teknolojik gelişmelerin dijitalleşme ve e-ticaret aracılığıyla yarattığı dinamikler ve sosyo-politik etkilerle sürdürülebilirlik ve döngüsel ekonomi hususunda artan bilinç küresel moda endüstrisinde değişim ve dönüşümün fitilini ateşleyen başlıca unsurlar olarak öne çıkmaktadır. Bu çalışmada küresel moda endüstrisine rakamlarla hızlı bir bakış ve endüstrinin çevre üzerindeki etkisi, dijitalleşme ve e-ticaretin endüstrideki

yansımaları, çevre bilinçli tüketicilerin moda ürünlerine dair değişen talepleri ve beklentileri, yükselen sürdürülebilirlik bilincinin ve döngüsel ekonomi uygulamalarının endüstrideki görünürlük kazanma biçimleri incelenmiş olup bu eksenle moda endüstrisine dair değerlendirmelerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Moda, Moda Endüstrisi, Sürdürülebilirlik, Döngüsel Ekonomi, Dijitalleşme

JEL Kodları: M0, M3

GİRİŞ

21. yy. moda endüstrisi için kuşkusuz muhteşem fırsatlar sunan bir çağa dönüşmüşken işletmeler açısından bu endüstri iştah kabartıcı gelir fırsatlarıyla aktörlere göz kırpan bir biçimde öne çıkmaktadır. Düşen maliyetler, kolaylaştırılmış operasyonlar, üretim döngülerinin kısaltması, modernize edilen tedarik zincirleri ve kısa teslim süreleri, tasarımların sıklıkla güncellenmesi, giyim koleksiyonu sayısının son 10 yılda 5 katına çıkması gibi faktörler tüketicilerin giyim eşyalarını 15 yıl öncesine kıyasla yarı yarıya daha kısa süre elinde tutmasına ve kişi başına satın alınan giysi sayısının yaklaşık yüzde 60 artmasına, hatta düşük fiyatlı giysilerin neredeyse tek kullanımlık olarak değerlendirip hızlı elden çıkarılmasına sebep olmuştur. Ancak öne çıkan tüm bu cazip fırsatlara karşı özellikle hızlı moda sektörü en çok yarattığı olumsuz sosyal ve çevresel etkiler ile giysilerin nasıl üretildiği konusunda yeterince sürdürülebilir iyileştirmeler yapmadan üretime devam ettiği gerekçesiyle eskisine kıyasla daha yüksek bir tonda eleştirilmektedir (Remy vd. 2016).

Covid-19 pandemisi sürecinde makroekonomik ve jeopolitik koşullar 2022 yılında moda sektöre ağır bir yük getirmiştir ancak bastırılmış bir tüketici talebi patlaması 2021'de küresel endüstri gelirlerini yıllık %21 arttırmış olup 2022 yılının ilk yarısındaki yüzde 13'lük ciro artışı ise endüstri performansını sürdürmüştür. 2022 yılı biterken Ukrayna'da devam eden savaş etrafında jeopolitik gerilimlerin tedarik zincirlerini bozması, geniş bir küresel kırılma durumu, enflasyonun önümüzdeki yıl piyasaya meydan okumaya devam edeceği algısı, Avrupa'nın enerji krizinden ve güçlü ABD doları karşısında zayıflayan Euro'dan muzdarip olması, ABD ekonomisinin yavaşlaması, Çin'de Covid-19 pandemisine dair önlemlerinin devam etmesi sektör yöneticilerinin geleceğe bakışını negatif anlamda etkilemektedir (McKinsey Report, 2023: 10-13). Tüm bu küresel risk ve tehditlere karşı sektörde yükselen fırsatlar olarak görülen dijitalleşme girişimleri, sürdürülebilirlik talepleri ve yükselen değer döngüsel ekonomi konularıyla yakından ilişkili olan küresel moda endüstrisinin gelişim, değişim ve dönüşümünü bu perspektiften irdelemek sektörün bugünü ve yarınına

ışık tutmada fayda sağlayacaktır. Çalışmada moda kavramı ve küresel moda endüstrisine genel bir pencere açılmış, dijitalleşme ve e-ticarete yaşanan gelişmelerin sektördeki etkisine bakılmış, sürdürülebilirlik ile sürdürülebilir moda kavramları ele alınarak çevre bilinçli üretim ve bunu etkileyen hususlar üzerinde durulmuş ve sürdürülebilirliğin en büyük destekçisi olan döngüsel ekonomi bileşenleri irdelenmiş, bu konular ekseninde küresel moda endüstrisine dair bazı değerlendirmelerde bulunulmuştur.

MODA KAVRAMI VE KÜRESEL MODA ENDÜSTRİSİNE HIZLI BİR BAKIŞ

Moda kavramı 19.yy'dan beri araştırmacıların ilgi duyduğu bir alan olmuş ve konu sosyolojik, psikolojik ve ekonomik teoriler açısından irdelenmiş, özellikle tüketici davranışları, reklam ve pazarlama etkileri ile yakından incelenmiştir. Moda fenomenini sürükleyen etkenler incelenirken moda unsuru olan bir nesnenin ya da olgunun gelir getiren ticari bir ürüne nasıl dönüştürülebileceği sorusuna cevap aranmıştır. Moda kavramı metafizik imalar ve estetik düşüncelerle birlikte görsel sanatın bir formu ve aracı olarak görünür öz ile görüntülerin yaratılması şeklinde tanımlanabilir (Kim, 1998). Böylelikle moda hem davranışsal bir süreç hem de bir obje olarak ele alınabilir. Moda sürecinin mekanizması ise sosyal etki ve dağıtım ile ilişkilidir. Moda bu açıdan; herhangi bir zamanda popüler ve kabul görmüş hâkim stil, dekoratif amaçlı şeylerin tasarımında değişiklik, kendine özgü şekil veya tarz olarak ifade edilebilen, teorik olarak kavramsallaştırılabilen ancak davranışsal olarak genellenebilen bir fenomendir (Sproule, 1974).

Çağımızda modanın hayatımızın merkezinde bir kavram olması moda endüstrisinin hızlı gelişim ve değişimini anlamaya ışık tutmaktadır. Dünya iş gücünün %12.6'sı yani ortalama 430 milyon çalışan moda endüstrisi için çalışmaktadır. En çok moda ürünleri harcaması yapan ülkeler ABD ve Çin'dir. 2021'de ABD'de giyimde en çok gelişen kategori kadın giyim olmakla beraber küresel pazarda bu kategoride tahmini gelirler 804 milyar \$ olarak seyretmektedir. Öte yandan 1985 yılında İspanya'da kurulan ve bünyesinde ZARA, Bershka, Oysho gibi hazır giyim şirketlerini barındıran Inditex ortalama 117 milyar \$ pazar payıyla dünyada uluslararası moda topluluğu olarak birinci sıradadır. Özellikle lüks kategorisinde 2021 yılı verilerine göre Louis Vuitton markası dünya genelinde 44.2 milyar € geliriyle lider konumundadır. Moda endüstrisinde hammadde üreticileri, hazır giyim üreticileri, perakendeciler, medya/danışmanlar olmak üzere başlıca 4 grubun olduğu söylenebilir (Ariella, 2023). Bu açıdan bakıldığında moda endüstrisi pek çok sektörle girift ve simbiyotik bir yapı sergilemekte ve hızla büyümektedir.

Küresel moda pazarındaki gelişim artık hiç olmadığı kadar hızlıdır. Statista (2023)'ün analizine göre küresel moda pazarındaki gelirin 2023'te ortalama 1 trilyon \$'a ulaşması, gelir açısından büyümenin yıllık ortalama %10 civarında olması ve bu gelirlerin çoğunun Çin'de elde edilmesi, 2027 yılına kadar ise tahmini pazar hacminin 1,45 trilyon \$ olması beklenmektedir. Dijitalleşme etkileri söz konusu olduğunda ise pazarda çevrimiçi alışverişte gelir payının 2020'lerde hızla %23'e ulaşması, büyüyen ve geliri artan orta sınıfın küresel anlamda yükselişi, alışveriş deneyiminin sosyal medya içerikleriyle entegre edilmesi, mobil alışveriş ve ödeme yöntemlerinin artan kullanımı pazarın geleceğine şekil veren başlıca trendler olarak gösterilmektedir. Küresel pazardaki tüketici sayısının 3,38 milyara yükseleceği, GAP, Kohls, Macy'S gibi ünlü küresel moda markalarının ise pazarda başı çekeceği öngörülmektedir (www.statista.com, 2023).

Küresel moda pazarının sosyal ve ekonomik değişimlerden bu kadar hızlı etkilenmesi beraberinde pazara hızlı yanıt vermeye, bu yanıtlar da tüketici davranışlarında hızlı adaptasyonlara sebep olmaktadır. Özellikle Covid-19 pandemisi sürecinin gelir, harcama ve iş yaşamı üzerindeki baskıcı etkileriyle azınlıkta olan geliri yüksek tüketiciler ekonomik çalkantılardan o kadar etkilenmez ve hatta lükse yönelirken, büyük çoğunluğu oluşturan geliri orta-düşük tüketiciler ise başta giyim ürünleri satın alma olmak üzere tasarrufa yönelmekte ve indirim kollamaktadır. Evden çalışma oranlarının artması ise tüketicilerin resmi iş kıyafeti tercihlerini de yeniden gözden geçirmelerine, aksesuar ve takı alımlarının azalmasına ancak rahat ve spor giyim ürünlerine yönelmelerine sebep olmuştur. Öte yandan toplumsal cinsiyet olgusunun daha fazla tartışılır olması sebebiyle cinsiyet-akışkan (gender-fluid) moda kavramı da yükselmekte olup, kadın ve erkeğin birlikte giyebileceği ve cinsiyet açısından giyim çizgisinin silikleştiği ürünlere artan talep modacıları daha yenilikçi ve tasarım odaklı olmaya itmektedir. Resmi giyime azalan talep ise bu ürünlerin satın alınmasından çok tüketicileri gerektiğinde kiralamaya sevk etmektedir. (McKinsey 2023 Report, 2023: 16-18). Bahsedilen bu hususlar sektördeki değişimi en çok etkileyen başlıklar olup bu gelişmeler sektörde oyunun kurallarını değiştirmekte ve üreticiden tüketiciye herkesi yeni arayışlar içine girmeye sevk etmektedir.

KÜRESEL MODA ENDÜSTRİSİNDE DİJİTALLEŞME VE RAKAMLARLA E-TİCARET

Covid-19 pandemisi ve takip eden süreçte moda sektörü açısından e-ticarette kayda değer gelişmeler yaşanmış ve bu alandan elde edilen gelirlerde yüksek artışlar görülmüştür. Moda sektöründeki e-ticaret gelişmelerini etkileyen yegâne

faktörler kuşkusuz tüketici alışkanlıklarındaki değişimler, teknolojinin sunduğu avantajlar, dijitale giriş bariyerlerinin düşük olması, sektörün talebe yönelik kendini hızlı adapte edebilmesi, dijitalin tüketicileri mekân kısıtlılığından kurtarması ve kişiselleştirmeye imkân sağlayarak benzersiz müşteri deneyimi sunmasıdır. Aynı zamanda modanın kendi içinde de dinamik, yoğun ve döngüsel bir doğaya sahip olması moda e-ticaretini dünya e-ticaret sektöründe lider bir konuma getirmiştir. Bu açıdan moda e-ticaret hacminin 2025 yılı itibariyle 1.2 trilyon \$'lık bir hacme ulaşması beklenmektedir. Çin 427 milyon \$'lık pazar payı ile bu anlamda yine başı çeken ülke olmakla beraber Shein.com'un dünyanın en çok ziyaret edilen moda e-ticaret sitesi olduğu görülmektedir. Berlin merkezli Zalando ise yaklaşık 6,7 milyar \$'lık piyasa değeriyle şu anda dünyanın önde gelen moda e-ticaret şirketidir. Öte yandan canlı yayın alışverişinde (livestream shopping) başı çeken kategorinin giyim ve moda olması ve sosyal medya platformları ve Amazon'un canlı yayın alışverişine adapte olmasıyla bu alışveriş Y ve Z kuşağı arasında popülerleşmiş, ABD ve Birleşik Krallık'ta Z kuşağının %47'sinin canlı yayın alışverişini yaptığı görülmüştür (Hutt, 2023; Keenan, 2022; Mileva, 2023).

Dijital çağda moda markalarının pazarlama kampanyalarında sosyal medya platformlarından sıklıkla destek aldıkları bilinmektedir. E-ticarete içeriğin en güçlü biçimi videodur. Bir sosyal medya videosu %1200 yeniden paylaşılma oranına sahiptir. YouTube'da dünya genelinde günde 1 milyar saat video izlenmekte, YouTuber olarak adlandırılan kullanıcılarla markalar işbirliği yapmakta, işletmelerin %62'si YouTube videosu yayınlamakta ve tüketicilerin %80'i ürün hakkında bilgi, deneyim ve tavsiye incelemek için video seyretmektedir. Örneğin Nike CEO'su John Donahoe öncelikle ürün ve işbirliklerini eğlenceli ve görsel olarak çekici bir şekilde sergilemek ve hedef kitleyle daha derin bağlantı kurarak marka etrafında heyecan yaratmak amacıyla kısa videoların kullanıldığını ifade etmiştir (Sposob, 2019; Chou, 2023).

Moda sektöründe özellikle kısa videoların daha uzun içeriklere ve büyük yatırım etkinliklerine dikkat çekmede oldukça başarılı olduğu bilinmektedir. 2021'de kullanıma sunulan YouTube Shorts'un dünya çapında günde 30 milyardan fazla görüntüleme sağladığı ve 1,5 milyardan fazla aylık kullanıcıya sahip olup her geçen gün bu sayıların arttığı görülmektedir. Moda markaları 60 saniyeden kısa bu videoları özellikle etkinliğin öne çıkan anlarının altını çizmek, izleyicilere benzersiz erişim ve daha uzun içerikler için sindirilebilir tanıtımlar sunmak için kullanılmaktadırlar. Örneğin Dior markası 2022 Seoul şovu için 6 kısa video yayınlamış ve bunlar kısa sürede 40.000'e varan görüntülenmeye, Burberry markası ise 2022'de 2.6 milyon TikTok takipçisine ve kısa video başına 1 milyon

görüntülenmeye sahip olmuştur. Z kuşağında %59 oranında ürünleri keşfetmek için kısa videolar izlenmektedir (Zwieglinska, 2022).

Youtube moda endüstrisindeki anında sonuç alma baskısına karşı markalara uzun süreli içerik yaratma ve hedef kitlelerine derin deneyimler arama, marka sırlarını öğrenme ve keşfetme fırsatı sunmaktadır. Yayınlanan içeriklerin zaman içinde tekrar tekrar izlenip değerlendirilmesi markanın uzun vadede getirisini artırmaktadır. Örneğin Youtube'da 2,5 milyondan fazla izlenen bir Prada markasının videosu yayınlanmasını takip eden 60 gün içinde etkileşimde %350, ziyaretlerde %400 büyümeye kaydetmiştir. Videoların başarısı özgün bir hikâye yaratmak ve bunu dikkat çekici ve profesyonel bir biçimde sunabilmekten geçmektedir. 2010'dan bu yana moda fenomenlerinin (influencer) ve içerik üreticilerinin ilham vermek ve takipçileri son trendlerden haberdar edebilmek için sıklıkla video oluşturdukları görülmektedir (Alonso, 2021; Tensor, 2022)

Yapay zeka ve AR tabanlı teknolojiler açısından bakıldığında ise perakende sektöründeki moda markaları için bunların dijital dönüşümü hızlandırdığı ve onları çevrimdışı ile çevrimiçi arasındaki sınırları bulanıklaştıran ve daha hibrit hale gelen bir geleceğe hazırladığı ifade edilmektedir. Artırılmış gerçeklik (AR), sanal gerçeklik, giyilebilir teknoloji ve bağlantılı soyunma odaları çevrimiçi modada büyük dalgalar yaratmaktadır. Bu açıdan tüketici gardırobunun markayla uyumunu anlamaya yarayan online ölçme ve akıllı prova (smart fitting) uygulamaları ile tüketicinin ilgili web sitesinde ne aradığını anlamaya yardımcı olan yerinde arama (onsite search) teknolojilerindeki gelişimler e-ticaret ve sanal deneyimi destekler niteliktedir. Örneğin Rhone Apparel markası bu teknolojileri sitesine adapte ederek tüketicilerle diyalogu ortalama %9'a, satış gelirlerini ise %20'ye varan oranlarda arttırmıştır. Snapchat ise alışveriş yapanların AR teknolojisi aracılığıyla moda ürünlerini sanal olarak denemelerine fırsat tanımakta ve ABD'li tüketicilerin dörtte birinden fazlası hâlihazırda Snapchat aracılığıyla giyim ve moda ürünleri için alışveriş yapmaktadır (Sabanoglu, 2023; Hutt, 2023).

Mark Zuckerberg'in Facebook'un adını Meta olarak değiştirmesinden sonra ise dünyanın ünlü ve güçlü perakende ve tüketici markaları modanın fiziksel mallar olarak değil sanal varlıklar olarak sergilendiği meta evrenine kayıtsız kalmamıştır. Küresel moda markalarının dijital pazarlama stratejilerinde artık Metaverse de yer almaktadır. Öyle ki Nike markası bir dizi logo ve slogan için patent başvuruları yaparak 2021'de sanal spor ayakkabı şirketi RTFKT'yi satın almış ve 2022'de en az 12 Iot (Internet of Things) patent başvurusunda bulunmuştur. 2021'de Gucci markası Gucci Garden deneyimini oyun platformu Roblox'ta sergileyerek kullanıcıların avatarlar ve Gucci giyim ürünleri satın almasına olanak tanımış, Burberry, Ralph Lauren ve Louis Vuitton markaları ise

hemen NFT'ler (Non-Fungible Token) yaratarak bu sanal âlemin ürünlerini almaya hevesli olduklarını çoktan belirten hedef kitlelerine vakit kaybetmeden hitap etmeye başlamışlardır. Merkezi olmayan, blok-zincir altyapısıyla desteklenen, dijital gayrimenkul alım satımı sağlayan, sanal konser ve etkinlik gibi oluşumlara ev sahibi yapan bir 3D sanal gerçeklik platformu olan Decentraland ise Mart 2023'te üçüncü kez Metaverse Moda Haftası'na ev sahipliği yapmıştır. Etkinliğine Dolce & Gabbana ve Adidas gibi ünlü 60 moda markası ve ortağı ile 50.000 avatar kullanıcı katılım göstermiştir. Örneğin bir fijital (phygital) moda tasarımcısı olan Ilona Song etkinlik için fiziksel tasarımlarını simgeleyen 8 dijital NFT koleksiyonu hazırlamış ve yoğun ilgi çekmiştir. Etkinlikte hem Decentraland'ın NFT satış hacminin hem de satış başına ortalama fiyatın %200'den fazla arttığı, daha pahalı oyun içi öğelerin normalden daha sık satın alındığı görülmüştür. Markalar ve tasarımcılar tarafından Metaverse evrenindeki bu oyunlar ve etkinlikler ileri görüşlülüğün ve yenilikçiliğin sergilediği gelecek vaat eden bir alan olarak görülse de bir grup tarafından da katılımın düşük ve yönetmenin zor olduğu, oldukça sıkıcı ve canlı hissettirmeyen etkinlikler olarak eleştirilmektedir (Sabanoglu, 2023; Melo, 2023; Kostina, 2023; Peters, 2023).

SÜRDÜRÜLEBİLİR MODANIN GELİŞİMİNE YANSIYAN SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK BİLEŞENLERİ VE DÖNGÜSEL EKONOMİNİN ETKİLERİ

Sürdürülebilirlik kavramı özünde belirli bir seviyede uzun ömürlülük ve devamlılık kavramlarıyla ilişkili olup belirli bir zaman süreci boyunca ekosistemlerin fonksiyonlarının birbirlerini desteklemesi şeklinde ifade edilebilir. Sürdürülebilirlik Derneği Vakfı sürdürülebilirlik kavramını insan refahını önceleyen sosyal performans, çevre, iklim, doğal kaynaklarının sağlığını önceleyen çevresel performans ve geleceğe hazırlıklı olmayı ifade eden ekonomik performans unsurlarından oluşan 'Üçlü Kritik Faktör' yaklaşımıyla tanımlamıştır. Sürdürülebilirliğin oluşumu için tedarik zincirinin desteği çok önemlidir. Bu zincir eko-materyal hazırlığı, sürdürülebilir üretim, yeşil dağıtım, yeşil perakendecilik ve sürdürülebilirlik bilinçli tüketicileri içererek aynı zamanda şirketlerin marka imajlarını geliştirmelerini ve daha geniş bir tüketici yelpazesine ulaşmalarını destekler. Markaların sürdürülebilirlik anlayışına sahip olmaları kullanıcı deneyimini kümelemeyi ve değer yaratmayı yeniden düşünmeyi de kapsayarak bu süreçleri beslemektedir. Bu açıdan sürdürülebilirlik kavramı müşteri ilgisini ve sadakatini güçlendirebileceği için pazarlama ve markalaşmada eskisinden daha önemlidir. Dünya çapındaki moda yöneticileri arasında 2022'de yapılan bir araştırma sonucuna göre moda perakendecisi

markaların önündeki en büyük fırsatın sürdürülebilirlik olduğu belirtilmiştir (Hur ve Cassidy, 2019; Li vd. 2014; Shen, 2014; Smith, 2022a).

Sürdürülebilirlik kavramı moda kavramı ile ele alındığında moda endüstrisinin çevre üzerindeki olumsuz etkileri günümüzde geniş kitleler tarafından bilinmekte ve eleştirilmekte, bu etkilerin başında artan sera gazı salınımları, plastik ve su kaynaklarının aşırı kullanımı, ucuz işçilik ve yüksek atık üretimi gelmektedir. Şirketler bu açıdan satabileceklerinden çok daha fazlasını üretilip doğal kaynakları vahşice tükettikleri ve tüketim toplumunu besledikleri için şiddetle eleştirilmektedir. Bir bütün olarak moda endüstrisi bir yılda yaklaşık olarak Fransa, Almanya ve Birleşik Krallık ekonomilerinin toplamına eşit miktarda sera gazı salmaktadır. Sadece tek bir örnek açısından ele alınırsa küreselde üretilen tüm elyafın yarısından fazlası özütleme ve işleme için büyük miktarda enerji gerektiren ve çevrede uzun süre kalan bir malzeme olan polyesterden oluşmakta ve bu bile çevre sağlığı üzerinde fazlasıyla olumsuz etkiye yol açmaktadır. Bu açıdan sürdürülebilir moda bir giyim ürününün sürdürülebilirliğini değerlendirmek açısından kullanılan farklı ve hatta birbiriyle çelişen kavramlar içermesinden ötürü anlaşılabilirliği kolay olmayan bir kavrama dönüşmektedir. Örneğin plastik çevreye zarar veren bir yapıda olmasına rağmen geri dönüşümde plastiğin bir moda ürününde kullanılması çevre dostu tüketicilerde kafa karışıklığına neden olmakta ve bu sebeple bazı markaların sürdürülebilirlik iddialarına karşı şüphe duymalarına sebep olmaktadır (Albella vd. 2023: 2; Smith, 2022b).

Modanın çevre üzerinde yarattığı bu olumsuz etkiler daha çok gün yüzüne çıkmaya başladıkça bununla başa çıkmak için sürdürülebilir moda kavramı insanlara ve gezegene daha az zarar veren giyim ve davranışlara atıfta bulunan geniş kapsamlı bir terim olarak ortaya çıkmıştır. Pratikteki uygulamalar ise hızlı modanın artık yavaşlaması gerektiği inancıyla etik moda, eko-moda, yavaş moda ve modaya alternatif gibi akımları öne çıkarmıştır. Sürdürülebilir moda ve etik moda kavramları birbiriyle paralel irdelenmekte olup etik moda tedarik zincirinin herhangi bir aşamasında suiistimal veya sömürü içermeyen, sürdürülebilir ve adil ticareti içeren uygulamalar şekilde tanımlanmaktadır. Sürdürülebilir gelişimi destekleyen bu etik boyut bileşenleri yaratılırken üretim süreçleri, iş modelleri ve pazarlama etiği ele alınması gereken başlıca hususlardır. Sürdürülebilir gelişimde en önemli konu ise çevrecilik bilinci ve çevrenin korunmasıdır. Çevrecilikte temel değerler ise; biyoçeşitlilik ve ekolojik sistemlerin korunması, insan sağlığı üzerindeki olumsuz etkilerin dikkate alınması ve kaynakların sürdürülebilir kullanımı olarak şekillenmektedir. Bu değerlere sahip olan bir üretim anlayışı ile objelere istenilen sürdürülebilirlik değerleri atfedilmiş olmaktadır. Bu dönüşümü gerçekleştirmek için firmaların radikal ve yeni iş yapma biçimlerini benimseme

ve uygulamaya koyma açısından kaynak ve çaba sarf etmeleri beklenmektedir. Bu açıdan eko-verimlilik odaklı bir yaklaşımla çevresel etkiler azaltılırken daha çok ürün üretmek için daha az kaynak kullanımı ve atık oluşumu hedeflenir (Mukendi vd. 2020; Smith, 2023b; Niinimäki, 2015).

Sürdürülebilirlik ve modanın kesiştiği ilk dönemlere bakıldığında 1980'lerde yükselen gerçek kürk ürünü karşıtı kampanyaların ve dünyaca ünlü magazin dergisi Vogue'un bu akımları etik bilincin yükselmesi olarak tanımlamasının çevrecilik ve sürdürülebilirliğin moda kavramıyla birlikte tartışılmasını tetikleyen ilk hareketler olduğu bilinmektedir. Bu bilinç özellikle 2000'li yıllarda daha çok öne çıkmış olup özellikle Stella McCartney gibi dünyaca ünlü tasarımcıların ürünlerinde gerçek deri ve kürk kullanımını reddetmesi gibi eylemlerle de desteklenmiştir. 2009'da dünyaca ünlü New York Moda Haftası ilk kez Eko-Moda Haftası düzenlemiştir. 2011'de etik moda pazarı büyüklüğü İngiltere'de 47.2 milyon £'a ulaşmıştır. Moda ürünlerinde tüketicilerinin giydikleri ürünlerle kendilerine dair mesaj verme kaygısı göz önüne alındığında sürdürülebilir giyime önem veren tüketicilerin satın alma davranışları altında yatan motivasyonlarını da çözümlemek gerekmektedir. Bu açıdan tüketicilerin sürdürülebilir moda ürünlerinde bunu destekleyen unsurlarla birlikte adil fiyat, kalite ve göz alıcı tasarımlar sunulursa bu ürünlere yöneldikleri bilinmektedir (Lundblad ve Davies, 2015).

Sürdürülebilirlik arayan tüketicilerin genel olarak üretimde dikkat ettiği hususlar önem sırasında göre gaz emisyonunun azaltılması, hayvanların doğal yaşam alanlarının korunması, hayvanlara zarar vermeyen deneyler yapılması, yenilenebilir enerji kullanılması, plastik bazlı materyal kullanılmaması, doğal ve geri dönüşümlü materyal kullanılması, çalışanların istismar edilmemesi ve adil ücretlendirilmesi, yeniden satış ve geri dönüşümün teşvik edilmesi, paketlemelerin küçültülmesi, hava kirliliğine sebep olunmaması, pestisit ve kimyasal kullanılmaması, lisanslı ve yerel olunması ve ürünlerin kolaylıkla yeniden satılabilir olması şeklindedir. Sürdürülebilirlik arayan tüketiciler moda ürünlerinde markanın duruşunu anlamak için öncelikle markanın web sayfasına, ürün etiketlerine, lisanslarına, kullanıcı oylama ve yorumları ile sosyal medya reklamlarına bakmaktadır. Özellikle Y ve Z Kuşağı gelir düzeyleri yükseldikçe eko-bilinçli değerlerini ve inançlarını gardıroplarına uygulamak için daha yüksek bir çaba göstermektedir (Albella vd. 2023: 2-5).

Tüketicilerin artan çevre bilinci ve talepleriyle ele alındığında sürdürülebilirlik açısından küresel moda markaları üzerindeki baskı konunun diğer boyutlarını da tartışılır hale getirmiştir. Sürdürülebilirlik hedefleyen bir moda markasının aynı zamanda sürdürülebilir bir tedarik zinciri oluşturması şarttır. Benetton, Adidas, ve C&A gibi dünyaca ünlü moda markaları

sürdürülebilir bir tedarik zincirine sahip olmadıkları için suçlanırken, H&M, The North Face, ve New Balance gibi markalar sürdürülebilirliği destekler faaliyetlerinden ötürü tüketicilerce takdir edilmekte ve sektörde öne çıkmaktadır. Örneğin H&M ve Zara gibi ünlü moda markaları artık yıllık sürdürülebilirlik hedefleri belirlemekte ve raporlarını yayınlamaktadır. Bu hususta H&M ‘Bilinçli Eylem’ adlı bir sürdürülebilirlik programını faaliyete geçirmiş ve bu programla az gelişmiş ülkelerde istihdam sağlama, daha çok geri dönüşümlü kaynaklar kullanma ve tüketicileri daha etik tüketim davranışları sergileme hususunda eğitime gibi konulara eğilmiştir (Shen, 2014).

2021'in ilk çeyreğinde giyim grupları arasında yaklaşık yüzde 25 ile en yüksek sürdürülebilir koleksiyon oranına sahip olan hızlı moda perakendecisi H&M markası olurken, Zara ve C&A'daki sürdürülebilir giyim yüzdesi 2020'den 2021'e büyük ölçüde düşmüştür. H&M, malzemelerinin %100'ünü sürdürülebilir bir şekilde tedarik etmeyi ve 2030 yılına kadar %100 yenilenebilir elektrik kullanmayı planladığını ilan etmiştir. Sürdürülebilir giyim konusunda bilinçli tüketicilere dair yapılan araştırmalar bu gelişmelerin etkisini gözler önüne sermektedir. Örneğin bir araştırmada Çin'de yanıt verenlerin %80'i ve ABD'de yanıt verenlerin %67'si bu konuya dair endişelerinin arttığını, Fransa'da tüketicilerinin %73'ü ve Birleşik Krallık'ta %69'u ise sürdürülebilirlik adına daha az ürün satın almayı planladıklarını ifade etmişlerdir. Öte yandan 2022'de yapılan bir araştırmada Birleşik Krallık'ta moda müşterilerinin neredeyse %50'si, ABD'de ise %45'i moda endüstrisinin sürdürülebilir ve çevre dostu olmak için yeterince çaba göstermediği doğrultusunda fikir beyan etmiştir (Smith, 2022c; Smith, 2023d).

Sürdürülebilir moda tüketimini destekleyen bir diğer önemli gelişme ise küresel çapta ikinci-el giyim tüketiminde yaşanan artıştır. Küresel ikinci el giyim pazarına bakıldığında 2022'de ikinci el giyimin piyasa değerinin 177 milyar \$ değerinde olduğu ve bu değer önümüzdeki yıllarda hızla yükselerek 2022'den 2026'ye kadar 218 milyar \$' ulaşacağı öngörülmektedir. Tüm giyim pazarında ise ikinci-el giyimin 8 kat hızlı büyüdüğü gözlemlenmiştir. Bu pazarı büyüten Y ve Z kuşağı olup bu tüketicilerin motivasyon kaynakları lükse ve genel olarak giyim ürünlerine daha uygun fiyatla ulaşma istekleri, daha çevre bilinçli olmaları, mobil ve online alışverişi ve ilgili uygulamaları sıklıkla kullanmaları, beğendiği bazı lüks ürünlere en azından ikinci-el yoluyla ulaşmayı hedeflemeleri ve alışverişte daha çok seçenek görme istekleridir. Bahsedilen tüm bu destekleyici gelişmelere rağmen sürdürülebilir tüketim pratiği bireysel, kültürel ve sosyal seviyelerde bazı engellerle karşı karşıyadır. Tüketicilerin hedonik ya da dürtüsel alışveriş ihtiyaçlarından ve yeniyi aramaktan tamamiyle vazgeçmeleri zordur. Ayrıca tüketiciler öykündükleri kişi ya da gruplardan sıklıkla etkilenmektedir. Moda

pazarlaması ve ticari taktikler ise her zaman yeni moda ürünlerini tüketme konusunda tüketici tansiyonunu yükseltici girişimlerde bulunmaya devam etmektedir (Keenan, 2022; Deniz, 2020; Smith, 2023c; Hur ve Cassidy, 2019).

Moda söz konusu olduğunda bahsedilen bireysel, kültürel ve sosyal faktörlerin bir bütün olarak ele alınması, sürdürülebilir modanın ve tüketimin desteklenmesi için tüketicide içsel bir motivasyon oluşturulması ve pazarlama stratejilerinin güncellenmesinin birbirini destekler bir biçimde dönüştürülmesi beklenmektedir. Bununla beraber çevrecilik ve sürdürülebilirlik konuları kompleks olduğundan tüketicilerin yeşil aklama (greenwashing) ile yanlış yönlendirilmesi de söz konusu olabilmektedir. Bir moda markasının temel değerleri değişmediği sürece ürün grubunda sadece birkaç ürünün yeşil etikete sahip olması ya da plastik poşetler yerine kâğıt poşet kullanması yeşil aklama kapsamında ele alınıp bu durum markanın tam anlamıyla sürdürülebilirliği başardığını göstermemektedir. Bu sebeple yeşil aklamadan uzak durulması, samimi ve şeffaf gayretler içinde olunması ve ürünün çevresel faydalarının dünyaca belirlenmiş standartlar açısından tüketiciye ispatlanması markaların sürdürülebilirlik iddialarını desteklemektedir (Hur ve Cassidy, 2019; Niinimäki, 2015; McKinsey 2023 Report, 2023: 11).

Sürdürülebilirlik sorunlarının üstesinden gelmenin bir yolu olarak son yıllarda ilgi gören konuların başında döngüsel ekonomi konusu gelmektedir. Döngüsel ekonomi tüketimi azaltan ve döngüsel malzeme kullanımını artıran rejeneratif büyüme modellerine geçişi işaret eden, temeli kaynak akışlarının optimize edilmesine ve kaynakların kapalı bir döngüde tekrar tekrar sirküle etmesine, böylece işlenmemiş malzeme ve kaynak gereksinimlerinin azaltılmasına dayanan yeni nesil bir ekonomi anlayışıdır. Döngüsel ekonomiye ulaşmak için yavaşlatma (kaynak kullanımını yavaşlatma), daraltma (daha az kaynak kullanma) ve kaynak döngülerini kapatma (kullanım sonrası ve üretim arasındaki döngüyü kapatma) üç temel strateji olarak benimsenmektedir. Moda endüstrisinin aşırı tüketime ve sık imhaya yol açan, kaynakları savurgan bir biçimde kullanan doğrusal bir ekonomi modelinde çalıştığı bilinmektedir. Endüstrinin çevre üzerindeki negatif etkilerini azaltmak üzere döngüsellğe doğru sistematik ve hızlı bir geçiş yapması elzem görülse de endüstri henüz sürdürülebilirlik üzerine belli başlı adımlar atma aşamasındadır. Bu noktada sürdürülebilirlik hedeflerinin açık uçlu olması, buna karşı döngüsel ekonominin kapalı döngü sistemlere odaklanması ve sadece atık yönetimi gibi algılanması hususu döngüsellik ilkelerinin moda endüstrisinde uygulanması önünde bazı engeller oluşturmaktadır (Geissdoerfer, vd. 2018; Bocken, vd. 2016; Ki vd. 2020; Ghisellini vd. 2016).

Paydaş farkındalığını artırmak, enerji verimliliğine ulaşmak, karbon emisyonlarını azaltmak, sürdürülebilir üretim ve tüketime katılımı teşvik etmek

çok boyutlu bir kavram olan sürdürülebilir döngüsel ekonomi konsepti ile tartışılmaktadır. Bu konsept tedarik zincirlerini, toplum refahını ve üreticilerin kazançlarını birlikte ele alarak, doğal kaynakların verimli kullanımını, ekonomik büyüme ve döngüsel ekonomi kavramı ile sürdürülebilirliği entegre etmeyi amaç edinmiştir. Özellikle moda endüstrisi ve tekstil sektörü ele alındığında bu konsept atıkların işlenmesini iyileştirmekten daha fazlasını içererek israfın önlenmesini, ürün ömrünün uzatılmasını, yeniden kullanımı, geri dönüşümü, tekstil atıklarının sınıflandırılıp yeniden işlevlendirilmesini, ayrıca sürdürülebilir üretim, tüketim, tasarım, uygulama ve değerlendirmeyi de içeren için belirli prensipler geliştirmeyi de gerektirmektedir. Moda endüstrisinde üretilenlerin çoğu %95 oranında geri dönüşüme uygunken üreticiler tarafından ürünlerin imha edilmesi daha az maliyetli olduğundan bunların sadece %1'inin geri dönüşüme alındığı bilinmektedir. Bu açıdan döngüsellik moda endüstrisiyle entegre edildiğinde tüketicilerce elde edilebilir, yüksek kaliteli ve kişiselleştirilmiş üretim yapılması ile sürdürülebilir tüketim pratiklerinin desteklenirken atık ve israf yönetimi açısından da yüksek faydalar oluşmaktadır (Velenturf ve Purnell, 2021; Shirvanimoghaddam vd. 2020; Riba vd. 2020; Atstja vd. 2021; Berberyan vd. 2018).

Döngüsel modanın odaklandığı 3 temel alan; giysi kullanımını artırmak için yenilikçi iş modelleri uygulamak, yenilenebilir ve zararsız girdiler kullanmak ve eski giysileri yenisine dönüştürmek için yeni teknikler bulmak şeklinde sıralanabilir. Bir giysinin ortalama ömrü 3 yıl olup bu kullanımın 3 ay daha arttırılmasının atık ve karbon emisyonunda %10'lara varan bir azalma sağladığı tespit edilmiştir. Kullanımı süresini arttırmak için daha çekici tasarımlar, arttırılmış giysi bakımı, tamir ve yeniden tasarım hizmetleri sunma, kiralama, giysi paylaşımı ve çekici pazarlama kampanyalarından faydalanmak gerekmektedir. Moda ürünleri yeniden satışının ekonomik değerinin 2030 yılına kadar 476 milyar dolara ulaşması ve bunun da onu açık ara en büyük döngüsel moda iş modeli haline getirmesi öngörülmekte olup özellikle giyim kiralamanın da önemli bir büyüme kaydederek 167 milyar dolar değere ulaşacağı tahmin edilmektedir. Bu açıdan endüstri aktörleri bazı girişimlere imza atarak döngüsel iş modeline geçiş yapmaya çalışmaktadır. Örneğin döngüsel moda platformları açısından 2022'de The RealReal yaklaşık 603,5 milyon dolar ile en yüksek geliri sağlayan döngüsel iş modeline dayalı moda şirketi olmuş ve aynı yıl platformda yaklaşık bir milyon aktif alıcı yer almıştır (WRAP Raporu, 2012: 2; Ellen MacArthur Foundation, 2017; Ki vd. 2021; Smith, 2022d; Smith, 2023a).

Öte yandan döngüsel ekonomi prensiplerini uygulamada moda endüstrisi bazı problemler yaşamaktadır. Öne çıkan faktörler kârlılık ve performans beklentileri ile çevresel ve sosyal beklentilerin uyuşmamasıdır. Döngüsel ekonomiye

entegrasyondaki engeller çevresel, ekonomik, sosyal, kurumsal, teknolojik ve bilgi, tedarik zinciri ve organizasyonel faktörler adı altında 7 kategori olarak ele alınabilir. Tedarik zinciri yönetimiyle ilgili olan endüstri 4.0 farkındalığı ve entegrasyon için yetersiz stratejiye, vasıflı iş gücüne, endüstri için finansmana, hükümet ve yönetim desteğine, uzun vadeli hedeflere ve pazar talebine dair eksiklikler başlıca engellerden sayılmaktadır. Ürün ve tüketiciyle ilgili incelenmesi gereken faktörler ise fiyat, kalite, moda tasarımı, stil, etik kaynak bulma hakkında bilgi ve ürünün mevcudiyeti ve erişilebilirliği, alışkanlıklar, değerler, sosyal arzu edilebilirlik önyargısı, kişisel çıkarlar, öznel normlar, algı ve rahatlık olarak sırlanabilir. Bununla birlikte yakın gelecekte tüketiciler moda markalarında mutlaka sürdürülebilirliğe dair değerler görmek isteyeceğinin, moda endüstrisinde marka aşkı ve marka sadakatının üretici markaların sürdürülebilir değerlere sahip olmasına bağlı olacağının sinyalleri şimdiden verilmektedir (Tura vd. 2019; Kumar vd. 2021; Berberyan vd. 2018: 36-48; Granskog vd. 2023: 1).

Döngüsel ekonomiyi moda endüstrisine entegre etmek için yapılan girişimler arasında ünlülerin kullanımı moda markaları tarafından tercih edilebilir bir konu haline gelmiştir. Örneğin Birleşmiş Milletler İyi Niyet Elçisi olan oyuncu Emma Watson gibi ünlüler katıldığı kırmızı halı etkinliklerinde sürdürülebilir moda ürünleri giymekte böylelikle bu alana eğilen marka ve tasarımcıların marka avukatlığına da soyunmaktadırlar. Film yapımcısı Livia Firth ise ‘Yeşil Halı Meydan Okuması’ başlatmış ve ünlüleri giyimleriyle etik modayı desteklemeye davet ederek dikkat çekmiştir. Markaların sosyal medyayı ve sosyal sorumluluk projelerini bu amaçla kullanmasının tüketicileri etkilediği bilinmektedir (Moorhouse ve Moorhouse, 2017). Bu açıdan Z kuşağının sürdürülebilirlik konusunda artan bilinci, ünlülerin sosyal sorumluluk çabaları, ikinci-el giyime artan talep gibi gelişmeler birlikte ele alındığında döngüsel modanın aynı zamanda bir gelecek trendi olduğu görülmektedir.

Moda endüstrisinde uzun dönemli sürdürülebilirlik söz konusu olduğunda sosyal, ekonomik, insan hakları ve iklim krizi gibi faktörler açısından süregelen bir tehdit altında olduğu bir gerçektir. Bir yandan daha kısa teslimat süreleri, daha düşük fiyatla daha kaliteli ve çeşitli ürün beklentisi, pazar payını kaybetmemek için sürekli yeni koleksiyon üretme çabası endüstri üzerinde ciddi baskılar yaratsa da diğer yandan küresel anlamda sürdürülebilirlik bilincinin artması endüstri aktörlerini döngüsel ekonomi ışığında yeni iş modelleri benimsemeye, organik ve geri dönüşümlü bileşenlerden kaliteli parçalar üretmeye, temiz üretimle tedarik zinciri oluşturmaya ve adil ticari pratikler oluşturmaya sevk etmektedir. Sosyal yapılar etrafında şekillenen tüm teknolojik ve ticari yenilikler döngüsel

ekonomiyi moda endüstrisinde bir paradigma değişimi olarak vazgeçilmez bir konu haline getirmektedir (Mishra vd. 2021).

SONUÇ

Küresel moda endüstrisi geçmişe kıyasla çok daha hızlı büyüyen ve gelişen bir endüstri olarak hayatlarımıza dokunurken sosyo-kültürel, teknolojik ve ekonomik gelişmelere kayıtsız kalamayan, bu gelişmelerden hızlı bir biçimde etkilendiğinden aynı hızda çözümler sunması da beklenen bir endüstri olarak karşımıza çıkmaktadır. Günümüzde küresel moda endüstrisini etki altına alan ve öne çıkan konular; tüketicilerin talep ve beklentileri ile çevre bilinçli hareket etme seviyesinde yaşanan değişiklikler başta olmak üzere, teknolojinin sunduğu imkânlar sayesinde artan ve gelişen dijitalleşme fırsatları, e-ticaretin endüstri bağlamdaki hızlı yükselişi, sürdürülebilirlik ve döngüsel ekonomi konularının endüstride yeni uygulamalar ile yavaş yavaş öne çıkması ve endüstri aktörlerinden beklentilerin hızla değişmesi şeklinde sıralanabilir.

Küresel arenada tüketicilerin eskisine kıyasla çok daha fazla çevre bilinçli olması, moda ürünleri bağlamında online platformları ve e-ticareti daha çok tercih etmesi ve küresel pazarda ikinci-el ürün kullanımının yükselişi gibi etmenler bu gelişmeleri endüstri açısından bir fırsata dönüştürmektedir. Moda markalarının bu doğrultuda ürettikleri çözümleri sürdürülebilirlik konseptiyle bir araya getirerek dijitalde tüketiciye taşımaları da söz konusu olmuştur. Ancak dünyaca ünlü moda markalarının uygulamalarına bakıldığında bunun genele yayılmadığı, yeşil pazarlamanın tedarik zinciri ile ele alındığında yüksek maliyetler açısından her bir bileşene dokunamadığı ve kısıtlı bir alanda ilerlemeye çalıştığı görülmektedir. Ünlü moda markalarının ürettiği çözüm önerileri ve geliştirdiği uygulamaların maalesef yerelde ya da küçük markalarda benzer karşılıklar bulamadığı ve bu açıdan endüstrinin tüm aktörlerinin dijitalleşmeye ve sürdürülebilirliğe uyum konusunda eş düzeyde çözümler üretmediği görülmektedir. Bu hususta yerel ve küçük markaların bilinçlendirilmesi ve teşvik edilmesi önemlidir. Özellikle sosyal medyanın, yapay zekânın ve ünlülerin kullanımı gibi hususların tüketici üzerindeki olumlu etkisi ele alındığında bu unsurların daha sık kullanılarak değişen talep ve beklentilere daha hızlı cevap verilmesi gerekmektedir.

Küresel anlamda özellikle sürdürülebilirlik bilincini aşıl原因an daha çok vakıf, dernek vb. sivil toplum kuruluşunun kurulması, devlet ve endüstri liderlerinin benzer oluşumlarla el ele ve aktif bir biçimde çalışması böylelikle moda endüstrisinde yer alan tüm aktörlere beklenen desteğin sağlanması elzem bir ihtiyaç olarak öne çıkmaktadır. Sürdürülebilirlik bilinci hem üreticiler hem tüketiciler tarafından geliştirilmesi ve sahip çıkılması gereken bir husustur. Bu

açıdan tedarik zincirinin her bir bileşeninin de süreçlere dâhil edilmesine ve sürdürülebilirlik konusunun aynı zamanda etik normlar, ilkeler ve çevre bilinçli değerler açısından da ele alınarak küresel anlamda kabul edilecek ve uygulanacak standartlar ve prosedürler anlamında somut çıktılarla desteklenmesine ihtiyaç duyulmaktadır. Sürdürülebilirliği destekleyen uygulamaların hayata geçmesi aynı zamanda iş yapış biçimleri ve felsefelerini de değiştirdiğinden bu açıdan kaynak ve çaba sarf edilebilmesi adına endüstri aktörlerine kesintisiz kaynak sağlanmalıdır. Öte yandan tüketicilerin ve özellikle çevre bilinci yüksek Y ve Z kuşağının sürdürülebilirlik açısından ikna edilmesi daha zor olduğundan yeşil göz boyama gibi uygulamalardan özellikle kaçınılması, sürdürülebilirlik uygulama ve raporlarının şeffaf bir biçimde paylaşılması, pazarlama iletişiminin ve sosyal medyanın daha etkin kullanılması, bu tüketicilerin de sürecin değerli bir aktörü haline getirilmesi için onlara paydaş bilinciyle yaklaşıp motivasyon kaynaklarının yakından incelenmesi gerekmektedir.

Sürdürülebilirlik konusunda en etkin çözüm sunan gelişmelerden biri döngüsel ekonomi uygulamalarına geçiş olduğundan döngüsel ekonomi süreç ve bileşenlerinin endüstri aktörleri tarafından iyi bir biçimde anlaşılması ve etkin bir biçimde bu dönüşümün sağlanması gerekmektedir. Endüstrinin bu açıdan henüz emekleme aşamasında olduğu görüldüğünden ivme kazanmak için döngüsellik ilkelerinin ve sürdürülebilirlik standartlarının küresel arenada kabul görecektir. Tedarik zinciri bir bütün olarak ele alındığında moda ürünleri üretiminde kaynakların bulunması ve israf edilmeden kullanılması ile başlayacak, karbon emisyonu, enerji tüketimi gibi konularda da verimli uygulamalara geçiş yapacak, üretim ve pazarlama açısından da aynı yeşil ve çevre bilinçli uygulamaları hayata geçirecek, bununla da yetinmeyip tersine lojistik ve ürünlerin elden çıkarılması ya da yeniden işlenerek dönüştürülmesi hususunda da aynı sürdürülebilirlik bilinciyle hareket edecek zihinsel ve fiziksel değişim ve dönüşümlerin hayata geçirilmesi gerekmektedir.

Sürdürülebilirlik ve dijitalleşme konuları artık küresel moda endüstrisinde geleceği şekillendiren yegâne faktörler olarak görülmekte, çevre bilinçli tüketici beklentileri ve sektörde yeni ve güncel uygulama geliştirme çabaları da bunu desteklemektedir. Uzun dönemli olarak ele alınması gereken bu konulara olan ilgi gerek toplumların refahı, gerek gelecek nesillerin ve çevrenin korunması gerekse endüstri aktörlerinin büyüme ve gelişmesinin bilinçli bir şekilde devam ettirilmesi açısından günümüz dünyasında artık göz ardı edilemeyecek bir seviyeye ulaşmıştır. Moda fenomeninin modern insanlık geçmişi boyunca hayatımızda yer alması ve yer almaya da devam edecek olması aşîkârdır. Ancak insanlığı etkileyen tüm gelişmelerin bu fenomeni ve bunu besleyen küresel endüstriyi de etkiliyor olması bu konuda artık kalıcı değişim ve dönüşüm ile hızlı

çözüm önerilerinin de beklendiğine dikkat çekmektedir. Endüstrinin parlak geçmişi küreselde şekillenen tüm olumsuz jeopolitik ve makroekonomik koşullara rağmen yine parlak bir geleceğe işaret ederken ortaya çıkan bu beklentilere karşı gerçek hayatta somut çözümler bulunması, tüketicilerin bu anlamda ikna edilmesi ve endüstri aktörlerinin değişimden korkmayıp gerekli çaba ve kaynakları harcayarak beklenen yenilikleri sunması şüphesiz dünyanın geleceğine olumlu anlamda katkılar sağlayacak ve gelecek nesiller için şimdiden atılmış özverili ve değerli adımlar olarak tarihte yerini alacaktır.

REFERANSLAR

- Albella, E., Balchandani, A., Cornbleet, N. ve Lee, L. (2023). *In search of fashion's sustainability seekers*. <https://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/in-search-of-fashions-sustainability-seekers#/> adresinden 3 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
- Alonso, T. (2021). *Youtube offers fashion brands the chance to create long-lasting content*. <https://www.fashionnetwork.com/news/Youtube-offers-fashion-brands-the-chance-to-create-long-lasting-content,1343266.html> adresinden 3 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
- Ariella, S. (2023). *28 dazzling fashion industry statistics [2023]: how much is the fashion industry worth*. <https://www.zippia.com/advice/fashion-industry-statistics/> adresinden 4 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
- Berberyan, Z., Jastram, S.M., Freidman, B.A. (2018). Drivers and obstacles of ethical fashion consumption (içinde) *Eco-friendly and Fair: Fast Fashion and Consumer Behaviour*, Eds. Carolin Brecker ve Mark Heuer. Routledge.
- Bocken, N.M.P., de Pauw, I., Bakker, C., van der Grinten, B. (2016). Product design and business model strategies for a circular economy. *Journal of Industrial and Production Engineering*, 33(5), 308–320.
- Chou, J. (2023). *Leveraging Youtube Shorts*. <https://www.uscmashmag.com/leveraging-youtube-shorts> adresinden 4 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
- Deniz, E. (2020). Çevrimiçi İkinci-el Giyim Eşyası Satın Almaya Etki Eden Faktörlerin İncelenmesi. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*. 9 (2), 1487-1519.
- Ellen MacArthur Foundation (2017). *Fashion and the circular economy. Deep dive*. <https://ellenmacarthurfoundation.org/fashion-and-the-circular-economy-deep-dive> adresinden 12 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
- Fashion – worldwide*, (2023). <https://www.statista.com/outlook/dmo/ecommerce/fashion/worldwide> adresinden 12 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
- Geissdoerfer, M., Morioka, S.N., de Carvalho, M.M., Evans, S. (2018) Business models and supply chains for the circular economy. *Journal of Cleaner Production*. 190, 712–721.
- Ghisellini, P., Cialani, C., Ulgiati, S. (2016). A review on circular economy: the expected transition to a balanced interplay of environmental and economic systems. *Journal of Cleaner Production*, 114, 11–32.

- Granskog, A., Lobis, M. ve Magnus, K-H. (2023). *The future of sustainable fashion*. <https://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/the-future-of-sustainable-fashion#/> adresinden 14 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
- Hur, E. ve Cassidy, T (2019). Perceptions and attitudes towards sustainable fashion design: challenges and opportunities for implementing sustainability in fashion. *International Journal of Fashion Design, Technology and Education*, 12(2), 208-217.
- Hutt, S. (2023). *The state of the ecommerce fashion industry: statistics, trends & strategy*. <https://ecommercefastlane.com/the-state-of-the-ecommerce-fashion-industry-statistics-trends-strategy/> adresinden 14 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
- Keenan, M. (2022). *The state of the ecommerce fashion industry: statistics, trends & strategies to use in 2023*. <https://www.shopify.com/enterprise/ecommerce-fashion-industry> adresinden 14 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
- Ki, C.W., Chong, S.M., Ha-Brookshire, J.E. (2020). How fashion can achieve sustainable development through a circular economy and stakeholder engagement: a systematic literature review. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27, 2401–2424.
- Ki, C.W., Park, S., Ha-Brookshire, J.E. (2021). Toward a circular economy: Understanding consumers' moral stance on corporations' and individuals' responsibilities in creating a circular fashion economy. *Business Strategy and the Environment*, 30(2), 1121–1135.
- Kim, S.B. (1998). Is Fashion Art? *Fashion Theory*, 2(1), 51-71.
- Korhonen, J., Nuur, C., Feldmann, A., Birkie, S.E. (2018). Circular economy as an essentially contested concept. *Journal of Cleaner Production*. 175, 544–552.
- Kostina, E. (2023). *The verdict on Decentraland Metaverse fashion week 2023*. <https://jingdaily.com/decentraland-metaverse-fashion-week-2023-verdict/> adresinden 18 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
- Kumar, P., Singh, R.K., Kumar, V. (2021). Managing supply chains for sustainable operations in the era of industry 4.0 and circular economy: analysis of barriers. *Resources, Conservation and Recycling*. 164, 105215.
- Li, Y., Zhao, X., Shi, D., Li, X. (2014) Governance of sustainable supply chains in the fast fashion industry. *European Management Journal*, 32(5), 823–836.

- Lundblad, L. ve Davies, A. (2015). The values and motivations behind sustainable fashion consumption. *Journal of Consumer Behavior*, 15(2), 149-162.
- McKinsey the state of fashion 2023 report. (2023). <https://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/state-of-fashion#> adresinden 18 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
- Melo, L. (2023). *Decentraland metaverse fashion week 2023 drives wearable NFTs market*. <https://dappradar.com/blog/decentraland-metaverse-fashion-week-2023> adresinden 18 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
- Mileva, G. (2023). *Top fashion ecommerce stats, facts, and trends every retailer should be aware of*. <https://influencermarketinghub.com/fashion-ecommerce-stats/#:~:text=Fashion%20eCommerce%20is%20the%20world's%20leading%20eCommerce%20industry.&text=That's%20hardly%20surprising%20given%20that,the%20world's%20top%20eCommerce%20industry> adresinden 18 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
- Mishra, S., Jain, S., Malhotra, G. (2021). The anatomy of circular economy transition in the fashion industry. *Social Responsibility Journal*. 17(4), 524-542.
- Moorhouse, D. ve Moorhouse, D. (2017) Sustainable Design: Circular Economy in Fashion and Textiles, *The Design Journal*. 20, 1948-1959.
- Mukendi, A., Davies, I., Glozer, S., McDonagh, P. (2020), Sustainable fashion: current and future research directions, *European Journal of Marketing*, 54(11), 2873-2909.
- Muntean, A., Stremtan, F. (2008) Green marketing: A new challenge for Romanian organizations. *Tourism and Hospitality Management*, 14(2), 343-348.
- Niinimäki, K. (2015). Ethical foundations in sustainable fashion, *Textiles and Clothing Sustainability*, 1(3), 1-11.
- Peters, J. (2023). *Metaverse fashion week had big brands but few people*. <https://www.theverge.com/23668846/decentraland-metaverse-fashion-week-2023> adresinden 21 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
- Remy, N., Speelman, E. ve Swartz, S. (2016). *Style that's sustainable: a new fast-fashion formula*. <https://www.mckinsey.com/capabilities/sustainability/our-insights/style-thats-sustainable-a-new-fast-fashion-formula?ref=marketsplash.com> adresinden 21 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.

- Riba, J-R., Cantero, R., Canals, T., Puig, R. (2020). Circular economy of post-consumer textile waste: classification through infrared spectroscopy. *Journal of Cleaner Production*. 272, 123011.
- Sabanoglu, T. (2023). *Fashion in the Metaverse - statistics & facts*. <https://www.statista.com/topics/9013/fashion-retail-in-the-metaverse/#topicOverview> adresinden 12 Temmuz 2023 tarihinde alınmıştır.
- Shen, B. (2014), Sustainable Fashion Supply Chain: Lessons from H&M, *Sustainability*, 6, 6236-6249.
- Shirvanimoghaddam K., Motamed, B., Ramakrishna, S., Naebe, M. (2020). Death by waste: fashion and textile circular economy case. *Science of The Total Environment*. 718, 137317.
- Smith, P. (2022a). *Biggest challenges and opportunities for fashion retail brands worldwide in 2023*. <https://www.statista.com/statistics/1298314/challenges-opportunities-fashion-retail-brands-global/> adresinden 4 Ağustos 2023 tarihinde alınmıştır.
- Smith, P. (2022b). *Forecast economic value of circular fashion business models worldwide in 2030, by category*. <https://www.statista.com/statistics/1309219/circular-fashion-business-model-category-value-worldwide/> adresinden 4 Ağustos 2023 tarihinde alınmıştır.
- Smith, P. (2022c). *Share of sustainable clothing collections at leading fast fashion retailers in Europe in the first quarter of 2020 and 2021*. <https://www.statista.com/statistics/1289509/fast-fashion-sustainable-collections-share/> adresinden 4 Ağustos 2023 tarihinde alınmıştır.
- Smith, P. (2022d). *Sustainable fashion worldwide - statistics & facts*. <https://www.statista.com/topics/9543/sustainable-fashion-worldwide/#topicOverview> adresinden 4 Ağustos 2023 tarihinde alınmıştır.
- Smith, P. (2023a). *Circular fashion platforms' annual revenue worldwide in 2022*. <https://www.statista.com/statistics/1309246/circular-fashion-company-revenues-worldwide/> adresinden 4 Ağustos 2023 tarihinde alınmıştır.
- Smith, P. (2023b). *Estimated value of the ethical fashion market worldwide from 2022 to 2027*. <https://www.statista.com/statistics/1305641/ethical-fashion-market-value/> adresinden 4 Ağustos 2023 tarihinde alınmıştır.

- Smith, P. (2023c). *Secondhand apparel market value worldwide from 2021 to 2027*. <https://www.statista.com/statistics/826162/apparel-resale-market-value-worldwide/> adresinden 4 Ağustos 2023 tarihinde alınmıştır.
- Smith, P. (2023d). *Share of fashion consumers in the United Kingdom who agree that the fashion industry is not doing enough to become environmentally friendly in 2022*. <https://www.statista.com/statistics/1382683/fashion-industry-sustainability-effort-satisfaction-uk/> adresinden 4 Ağustos 2023 tarihinde alınmıştır.
- Sposob, K. (2019). *How to use YouTube advertising for your fashion brand*. <https://www.appnova.com/how-to-use-youtube-advertising-for-your-fashion-brand/> adresinden 5 Ağustos 2023 tarihinde alınmıştır.
- Sproles, G.B. (1974). Fashion Theory: a Conceptual Framework, in NA - Advances in Consumer Research Volume 01, eds. Scott Ward and Peter Wright, Ann Arbor, MI: Association for Consumer Research, 463-472.
- Tensor, T. (2022). *Top fashion influencers on YouTube*. <https://tensorsocial.com/post/fashion-influencers-on-youtube> adresinden 5 Ağustos 2023 tarihinde alınmıştır.
- Tura, N., Hanski, J., Ahola, T., Ståhle, M., Piiparinen, S., Valkokari, P. (2019). Unlocking circular business: A framework of barriers and drivers. *Journal of Cleaner Production* 212, 90–98.
- Velenturf, A.P., Purnell, P. (2021). Principles for a sustainable circular economy. *Sustainable Production Consumption*. 27, 1437–1457.
- WRAP Raporu (2012). *Valuing our clothes: The true cost of how we design, use and dispose of clothing in the UK*. <https://wrap.org.uk/resources/report/valuing-our-clothes-true-cost-how-we-design-use-and-dispose-clothing-uk-2012> adresinden 5 Ağustos 2023 tarihinde alınmıştır.
- Zwieglinska, Z. (2022). *Will YouTube Shorts become fashion and beauty's top social platform?* <https://www.glossy.co/fashion/will-youtube-shorts-become-the-hot-fashion-and-beauty-platform/> adresinden 5 Ağustos 2023 tarihinde alınmıştır.

93. Bölüm

Kobi'lerde Kurumsal Kaynak Planlama Entegrasyonu: Tekstil Sektörü Özelinde Bir Uygulama

İkram DAŞTAN ¹

¹ Doçent Dr. Yalova Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü. İkam.dastan@yalova.edu.tr
ORCID No: 0000-0002-4366-8698

ÖZET

Teknolojinin çok hızlı dönüşümden geçtiği günümüz şartlarında sosyal yaşam alanları ve iş hayatı bu değişimden olumlu ya da olumsuz etkilenmektedir. Özellikle iş hayatında iş yapış şekilleri, işin tanımı, işin yapısı teknolojik değişimle beraber şekil değiştirmek zorunda kalmıştır. Bu dijital dönüşümü fark eden kurumsal yapıya sahip işletmeler dijital dönüşüme hızlıca ayak uydurmaya çalışmaktadır. Bunun yanında KOBİ niteliğindeki daha küçük yapıda işletmeler ise bu değişime uzak kalmakta ya da değişime mesafeli yaklaşmaktadır. Fakat günümüz rekabetçi iş ortamında işletmeler ayakta kalmak ve büyümek için teknolojik dönüşümü benimsemek durumundadır. Dijital dönüşümler işletmelerde verimliliği artırmanın yanı sıra işletmeye ciddi rekabet avantajı sağlamaktadır. Bu bağlamda, Kurumsal Kaynak Planlama (ERP) sistemleri, KOBİ'ler için önemli bir araç haline gelmiştir. Kurumsal kaynak planlama sistemleri işletmenin kaynaklarını etkin bir şekilde yönetmek için yardımcı olan sistemlerdir. Bu sistemler entegrasyon sürecinde işletmenin bir bütün olarak sürece dahil edilmesini önemli kılmaktadır. Bu çalışmada KOBİ niteliğindeki bir tekstil işletmesinde SAP Business One isimli Kurumsal Kaynak Planlama yazılımının işletmeye entegrasyonu, bu entegrasyon sürecinin aşamaları, süreçte karşılan problemler, işletmeye avantajları ayrıntılı olarak değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Dijital dönüşüm, KOBİ'ler, KOBİ'lerde entegrasyon, Kurumsal Kaynak Planlama

ABSTRACT

In today's conditions, where technology is going through a very rapid transformation, social living spaces and business life are affected positively or negatively by this change. Especially in business life, the way of doing business, the definition of the job, the structure of the job had to change with the technological change. Businesses with a corporate structure that realize this digital transformation are trying to keep up with the digital transformation quickly. In addition, smaller businesses in the nature of SMEs stay away from this change or approach it with a distance. However, in today's competitive business environment, businesses have to adopt technological transformation in order to survive and grow. Digital transformations not only increase productivity in businesses, but also provide serious competitive advantage to the business. In this context, Enterprise Resource Planning (ERP) systems have become an important tool for SMEs. Enterprise resource planning systems are systems that help the enterprise to manage its resources effectively. These systems make it important to include the business as a whole in the integration process. In this

research, the integration of the Enterprise Resource Planning software named SAP Business One in a SME textile business, the stages of this integration process, the problems encountered in the process, and the advantages to the business were evaluated in detail.

Keywords: Digital transformation, SMEs, integration in SMEs, Enterprise Resource Planning

GİRİŞ

Günümüz iş yaşamında bilgi teknolojilerindeki gelişmeler önemli derecede hız kazanmış, digital teknolojiler son 30 yılda teknik olarak inanılmaz bir gelişme gösterilmiştir (De Kare- Silver, M. 2011). Bu değişim ve dönüşümün iş dünyasında kullanılan teknolojileri, iş organizasyonlarını, bu işletmelerde çalışanları, müşterileri ve tüm bunların birbirleri arasındaki süreçleri önemli ölçüde etkilediği bilinmektedir. Zaman içerisinde ortaya çıkan teknolojiler en fazla işletme yapılarını, süreçlerini, müşterileri, tedarikçileri, işletmelerin etkileşimini ve bağlı bulunduğu bütün ağı hızlı bir şekilde değiştirmektedir. Main frame bilgisayarların yığın olarak üretilmesi ve kullanılması yaklaşık yirmi yıl sürerken, mobil aygıtlar 7 yıl, sosyal medya ise yaklaşık olarak 3 yılda yaygın olarak kullanılmaya başlanmıştır (Michael de Kare-Silver, 2011). Bugün ise birçok teknoloji ortaya çıkışından itibaren 1 yıldan daha az bir sürede kullanıcıların hizmetine girebilmektedir.

Günümüz teknolojileri dikkate alındığında yapay zeka temelli teknolojiler işletmeler için kararlar verebilmekte, öngöründe bulunabilmekte, işletmelere ciddi rekabet avantajı sağlayabilmektedirler. Bu noktada en önemli bileşenlerden birisini de “veri” oluşturmaktadır. Ham verinin toplanması, düzenlenmesi, işlenmesi ve işletmenin tüm departmanları için kullanılabilir hale getirilmesi süreçte en önemli unsurlardan birini oluşturmaktadır. Veriyi işleyebilen, anlamlandıran ve değerlendiren işletmeler farklı bir sürece evrilirken, veriyi göz ardı eden şirketler gelecek planlamalarında başarısız olacaklardır.

Bu bağlamda süreçlerin dijitalleşmesiyle birlikte işletmelerin farklı departmanlarından elde edeceği verilerin işlenmesi ve anlamlandırılması noktasında farklı yazılım uygulamalarına ihtiyaç duyulmaktadır. Kurumsal kaynak planlama yazılımları bu süreçte işletmeler için önemli bir pozisyon üstlenmektedir. ERP işletmelerin tüm departmanlarını ve iş süreçlerini tek bir entegre platformda birleştirerek işletme bünyesinde veri paylaşımını kolaylaştırır. Tüm departmanlar için farklı modüller içerir (Davenport, T. H. 1998). Ayrıca ERP yazılımları karar verme süreçlerinin iyileştirilmesi, operasyonel verimlilik, maliyetlerin azaltılması, müşteri ilişkileri yönetimi,

verilerin raporlanması ve entegrasyon anlamında da işletmeye önemli avantajlar sağlamaktadır (Markus, M. L., Axline, S., Petrie, D., & Tanis, C. 2000).

Küçük ve orta ölçekli işletmeler büyük ölçekli işletmelere nazaran daha sınırlı kaynaklara sahip olabilirler. ERP sistemlerinin maliyetleri bazı KOBİ'ler için maliyetli olabilmektedir. Bu noktada ERP hizmeti sağlayan firmalar KOBİ'ler için daha küçük boyutta ya da istenilen modüllerin satın alınabileceği satış yöntemlerine gidebilirler. SAP Business One KOBİ'ler için özel olarak tasarlanmış uçtan uca eksiksiz bir ERP çözümü sunabilmektedir. Çeşitli satış tahmini ve kapsamlı analiz yöntemleri ile işletmeyi daha iyi kontrol edebilme, anahtar süreçleri geliştirebilme, gerçek zamanlı veri ve bilgilere göre kararlar almaya imkan sağlamaktadır.

Bu bölümde KOBİ niteliğindeki bir işletmenin uçtan uca bir dijital dönüşüme tabi tutularak tüm sistemin tek bir çatı altında toplanması ve yürütülmesi amacıyla kurumsal kaynak planlama edinimi süreci irdelenecektir. Süreçte işletmenin karşılaştığı zorluklar, sürecin tamamlanması ve işletmeye getirmiş olduğu avantajlar değerlendirilecektir.

Kavramsal Çerçeve

1. KOBİ'ler

KOBİ'lerde büyüklük ve ölçek unsurları bulundukları ülkenin ekonomik büyüklüğü ile orantılıdır. Buna bağlı olarak küçük ve orta ölçekli işletme tanımlaması ülkeden ülkeye dönemden döneme farklılık göstermektedir. KOBİ tanımı hususunda gelişmiş ile gelişmekte olan ülkelerde ciddi farklar mevcuttur. KOBİ sınıflamasında istihdam sayısı, satış rakamları ve aktif büyüklük önem arz etmektedir. Bu kriterler teknolojinin yoğun kullanımının olduğu, satış hacimlerinin ve aktif büyüklüğün yüksek olduğu gelişmiş ülkelerde KOBİ tanımlarında farklılık oluşturmaktadır. Türkiye'de resmi gazetede yayımlanan tanıma göre Küçük ve orta büyüklükte işletme: Yıllık çalışan sayısı 250 kişiyi aşmayan ve yıllık net satış hasılatı veya mali bilançosundan herhangi biri 500 milyon lirayı aşmayan işletmeler küçük veya orta büyüklük olarak sınıflandırma yapılan işletmelerdir. Yıllık çalışan sayısı on kişiyi aşmayan ve yıllık mali bilanço toplamıyla net satışlarından herhangi birisi on milyon Türk lirasından az olan işletmelere mikro işletme denir. Yıllık çalışan sayısı elli kişiyi aşmayan ve yıllık mali bilanço toplamıyla net satışlarından herhangi birisi 100 milyon Türk lirasından az olan işletmelere küçük işletme denir. Yıllık çalışan sayısı iki yüz elli kişiyi aşmayan ve yıllık mali bilanço toplamıyla net satışlarından herhangi birisi 500 milyon Türk lirasından az olan işletmelere orta büyüklükte işletme denir. Avrupa Birliği (AB), KOBİ'leri tanımlamak ve sınıflandırmak için işçi sayısı, net satış veya mali bilanço büyüklüğü gibi ölçütleri kullanır. AB KOBİ tanımı 1 Ocak

2005 tarihinde yürürlüğe girmiştir ve sonrasında revize edilmiştir. 1 Ocak 2021'den itibaren geçerli olan AB KOBİ tanımında çalışan sayısı açısından 10 ile 49 arasındaki işletmeler küçük işletme, 50 ile 249 arası çalışan sayısına sahip işletmeler orta büyüklükteki işletmeler olarak tanımlanmıştır. Bilanço büyüklüğü veya net satış açısından bakıldığında en fazla 10 milyon Euro net satış veya bilanço büyüklüğüne sahip işletmeler küçük işletme 50 milyon Euro net satış veya en fazla 43 milyon Euro bilanço büyüklüğüne sahip işletmeler orta büyüklükte işletmeler olarak tanımlanmıştır (https://ec.europa.eu/growth/smes_en, Ağustos 2023)

KOBİ'ler ülke ekonomileri için önemli bir yere sahiptirler. Genellikle büyük şirketlere göre daha esnek ve hızlı hareket ederler, değişen Pazar koşullarına hızlıca uyum sağlayabilirler. Daha yakın müşteri ilişkileri oluşturarak müşteri sadakatini üst seviyeye çıkarabilirler. Büyük şirketlere göre daha küçük bir yapıda olmaları hızlı ve risk almaya daha yatkın olmalarını sağlar. Büyük şirketlere nazaran şirket içinde daha az bürokrasiye sahiptirler. Ayrıca değişen Pazar koşullarına hızlıca adapte olurlar. İfade edilen olumlu yanların yanı sıra finansman eksikliği ve sınırlı kaynaklar KOBİ'ler için en büyük engellerdendir.

(<https://www.springer.com/journal/11187> , 20.07.2023)

Genel olarak KOBİ'ler dijital dönüşüme ihtiyaç duyarlar. Bunun altında yatan temel nedenler ise rekabetçiliklerini artırmak, verimlilik sağlamak, genişlemek, müşteri ilişkilerini güçlendirmek, inovasyonu teşvik etmek ve iş sürekliliği sağlamaktır.

2. Kurumsal Kaynak Planlama

Kurumsal kaynak planlama organizasyonlarda farklı iş süreçlerini, farklı departmanları entegre ederek tüm süreçlerin tek bir platform üzerinden yürütülmesini sağlayan yaklaşım olarak ifade edilmektedir (Davenport, T. H., 1998). ERP sistemleri organizasyon içindeki veri ve iş süreçlerini entegre ederek işletmeler için çeşitli avantajlar sağlar, işletmelerde verimlilik artışı, hataların azalması, karar alma süreçlerinin iyileştirilmesi ve genel iş süreçlerinin daha iyi takip edilmesi gibi alanlarda işletmelere önemli destek sağlar (Laudon, K. C., & Laudon, J. P. 2016, Nah, F. F., Lau, J. L., & Kuang, J. 2001). Teknolojinin iş süreçlerine etkisi incelendiğinde teknolojinin özellikle iletişim biçimlerini önemli şekilde değiştirdiğini vurgulamak gerekir. Bu değişim işletme içi çalışanların kendi aralarındaki iletişiminden müşterilerle olan iletişim şekline ve araçlarına kadar geniş bir perspektifte incelenebilir. Tümleşik iletişim olarak ifade edilen farklı iletişim yöntemlerinin bir arada çalışıp iş süreçlerini ve çalışanların kullanım alışkanlıklarını farklılaştıran, iletişimi çalışanların günlük hayatta alışık oldukları ortamlara taşıyan ve hızlandıran platform iş yapış şekillerine etki etmektedir. Bu noktada işletme bünyesinde yer alan yeni nesil kurumsal kaynak

planlama yazılımları bu süreçte önemli bir rol üstlenmektedir. Başka bir tanımda araştırmacılar ERP'yi, işletmelerde üretime dahil olan her türlü makine, malzeme ve işgücü gibi girdilerin doğru ve verimli kullanımını sağlayan bütünleşik bir yönetim sistemi şeklinde tanımlamıştır (Ergül, 2019). ERP sistemleri, şirketlerin iş süreçlerini daha iyi yönetmelerine ve verimliliklerini artırmalarına yardımcı olmaktadır (Babiceanu, 2018).

ERP sistemin temel modülleri; üretim planlama ve kontrol, satın alma, satış, pazarlama ve dağıtım, kalite yönetimi, malzeme yönetimi, depo yönetimi, proje yönetimi, insan kaynakları, muhasebe ve finans, müşteri ilişkileri yönetimi şeklinde sıralanabilmektedir (Çapa, S., & Karakuş, G. 2022). Zaman içerisinde ERP yazılım firmaları çeşitli modüllerle müşterilerine farklı çözüm önerileri sunabilmektedir. Her geçen gün işletme tarafında ihtiyaçların karmaşılaşması ve büyümesi yazılım firmalarını bu alanlarda aksiyon almaya itmektedir. Büyük işletmeler için tasarlanmış olan yazılımlar daha düşük maliyetlerle yeniden tasarlanarak KOBİ'lere sunulmaya başlanmıştır. Yazılım firmaları tarafından sunulan standardize edilmiş modüller bazı durumlarda işletme ihtiyaçlarına birebir uymayabilmektedir. Bu durumda çözüm ortağı olan yazılım firmaları işletmelerin talepleri kapsamında standart modülleri revize ederek işletme için daha kullanışlı hale getirmektedir. Her bir yazılım firmasının farklı avantajları, güçlü yanları ve müşteri tabanları bulunmaktadır (Shanks, Parr, & Hu, 2002). Daha önce yürütmüş olduğu projelerin yanı sıra sektörü bilmesi, bünyesinde barındırdığı insan kaynakları, teknik destek ekibi önemli unsurlar olarak dikkat çekmektedir. Bunun yanı sıra işletmeler ihtiyaçlarına en uygun ERP çözümünü seçerken, firmanın itibarı, referansları, maliyetleri ve müşteri memnuniyeti diğer faktörler olarak göze çarpmaktadır. Bu doğrultuda, işletmeler, ERP pazarındaki yazılım firmalarını dikkatlice değerlendirmekte ve iş ihtiyaçlarına en uygun olan şirketle anlaşma sağlamaktadır (Shang & Seddon, 2002).

Süreçte entegre edilecek SAP Business One yazılımı kurumsal uygulama yazılımında Dünyada Pazar lideri konumundadır. 1972'de kurulan şirket, başlangıçta Sistem Analizi Program Geliştirme (Systemanalyse Programmentwicklung) olarak adlandırıldı, daha sonra SAP olarak kısaltıldı. Şirket beş kişilik küçük bir girişimden, dünya çapında 105.000'den fazla çalışanı olan, merkezi Almanya'nın Walldorf kentinde bulunan çok uluslu bir şirkete dönüşmüştür. Şirketin entegre uygulamaları, bir işletmenin tüm bölümlerini tamamen dijital bir platform üzerindeki akıllı bir pakette birleştirmekte süreç odaklı, eski platformu devre dışı bırakmaktadır (sap.com/about/what-is-sap.html, 2023). Yazılım veri yönetimini merkezileştirerek, o anki durumun tek bir görüntü sağlayarak birden çok iş ve işlevi aynı anda yapmaya olanak sağlar. Farklı departmanların çalışanlarına kuruluş genelinde gerçek zamanlı içgörülere kolay

erişim sağlayarak şirketlerin karmaşık iş süreçlerini daha iyi yönetmelerine yardımcı olur. Sonuç olarak, işletmeler iş akışlarını hızlandırabilir, operasyonel verimliliği artırabilir, üretkenliği artırabilir, müşteri deneyimlerini geliştirebilir ve nihayetinde karlarını artırabilir (sap.com/about/what-is-sap.html, 2023).

3. Entegrasyon Süreci

İşletmeler yeni bir sistemi bünyesine katarken çeşitli sistem adımlarını tamamlamak durumundadırlar. Bu adımlar farklı kaynaklarda küçük değişiklikler gösterse de genellikle planlama ve ihtiyaç analizi, tasarım, uygulama ve geliştirme, test, uygulama ve bakım olarak sıralanabilmektedir. Planlama ve ihtiyaç analizi aşamasında mevcut sistem analiz edilir ve projenin planlaması yapılır. İşletme ihtiyaçları göz önünde bulundurularak gereksinimler belirlenir (Kendall, KE ve Kendall, JE, 2019). Gereksinimler belirlendikten sonra sistem tasarımına geçilir. Bu aşamada nasıl bir sistem oluşturulacağı planlanır, tasarlanır (Satzinger, JW, Jackson, RB, & Burd, SD ,2015). Tasarım aşamasında oluşturulan plandan yola çıkarak sistem geliştirilir. Kodlama yapılır, yazılım bileşenleri oluşturulur, veritabanı yapıları oluşturulur ve sistem parçaları bir araya getirilir (Sommerville, I., 2016). Geliştirilen sistem, belirlenen test planlarına göre çeşitli senaryolarda test edilir. Hata tespiti ve düzeltme süreçleri bu aşamada gerçekleştirilir (Pressman, RS, 2014). Test edilen ve onaylanan sistem canlı ortama uygulanır. Kullanıcılar sisteme erişmeye başlar ve sistemin etkin bir şekilde çalıştığından emin olunur, Canlı sistem sürekli olarak izlenir, bakım yapmak ve gerektiğinde güncellemeleri sağlamak gerekir. Kullanıcı geri bildirimleri ve değişen ihtiyaçlar doğrultusunda iyileştirmeler yapılır (Dennis, A., Wixom, BH, & Roth, RM, 2018, Pfleeger, SL, & Atlee, JM, 2010).

İşletmelere yeni bir sistemi entegre etmek zor ve karmaşık bir süreçtir. Süreçte mevcut devam eden işler kesintiye uğramamalı işletmeye ekstra maliyetler oluşturulmamalıdır. Bu noktada çeşitli geçiş aşamaları öne çıkmaktadır.

- *Doğrudan geçiş*: Eski sistemin tamamen kapatılıp yeni oluşturulan sistemin hayata geçirilmesini ifade eder. Bu yaklaşım en riskli yaklaşımlardandır. Operasyon süreçlerinde aksamalar olabilmektedir. İşletmenin geçmiş iş yapış deneyimi tamamen yenilenerek kullanıcılara sunulmaktadır. Bu durum kullanıcı tarafında sorunlara neden olabilmektedir (Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2017).
- *Paralel Geçiş*: Bu yaklaşım eski ve yeni sistemin beraber aynı anda çalıştırıldığı yaklaşımdır. Yeni sistem tam manasıyla adapte edilene kadar bazı durumlarda eski sistemin kullanılabilmesine izin verir. Fakat bu durum kullanıcı tarafında rahatlık oluşturduğundan, alışkanlıkları gereği

eski sistemi kullanma isteği oluşturmaktadır. Bu da sistem geçişindeki sürecin uzamasına sebep olmaktadır (Oz, E. (2009).

- *Aşamalı Geçiş:* Bu yaklaşımda, yeni sistemin modüller veya bileşenler halinde uygulandığı bir aşamalı plan kullanılır. Her aşama tamamlandığında ilgili iş süreçleri yeni sisteme yönlendirilir. Bu, riski azaltır ve adaptasyonu daha kolay hale getirebilir (Stair, R. M., & Reynolds, G. W. 2015).
- *Pilot Geçiş:* Bu yaklaşımda sistem ilk olarak daha önce belirlenmiş bir bölümde uygulanır. Bu aşamada ortaya çıkabilecek sorunlar tespit edilir ve çözüm oluşturulur. Sistemin tüm işletme genelinde uygulamasına geçilir (Valacich, J. S., George, J. F., & Hoffer, J. A. 2015).

Hangi geçiş yönteminin tercih edileceği, işletmenin ihtiyaçlarına, risk durumuna, bütçeye ve mevcut sistem yapısına bağlı olarak değişebilir. İdeal olarak, işletme, geçiş planını detaylı bir şekilde planlamalı, kullanıcıların eğitimini sağlamalı ve herhangi bir kesintiyi minimize etmek için stratejik adımlar atmalıdır. Geçiş sürecini yazılımcı taraf ve işletme tarafı ortak hareket ederek belirlemelidir.

4. Tekstil Sektörü İşletme Uygulaması

Türkiye, dünya çapında önemli bir tekstil ve hazır giyim üreticisi ve ihracatçısı olarak bilinmektedir. Tekstil sektörü, ülkenin ekonomisine büyük katkı sağlayan ve istihdam yaratan bir sektördür. Sektör, pamuk üretimi, kumaş üretimi, hazır giyim üretimi ve ihracatı gibi farklı alanları içerir. Dijital dönüşümle birlikte üretim yapan işletmelerdeki endüstri 4.0 söylemine paralel olarak tekstil 4.0 söylemi oraya çıkmıştır. Bu kapsamda, Tekstil 4.0, Endüstri 4.0'ın tekstil teknolojisi ve tekstil imalatı sektörlerindeki bir yorumu ya da uygulaması olarak ortaya çıkmıştır. Bu aşamada sektörün dijital dönüşümü önemseydiği ve uygulamak istediği yapılan araştırmalarda ortaya konulmuştur (Olgun, BA & Turan, FK, 2022).

ERP entegrasyonu yapılan işletme ise 1995 yılında aile işletmesi olarak sektörde faaliyetlerine başlamıştır. 2002 yılından beri “BROCHE” markasıyla brode ve gipür ürün gruplarında üretim faaliyetlerini sürdürmektedir. Sektör olarak iç giyim, dış giyim ve ev tekstili alanlarında Türkiye'nin en büyük ürün tedarikçileri arasında yer almaktadır. Estar Tekstil, 2000 yılında üretimin ana girdisini oluşturan tül ve zemin kumaş, 2002 yılında ise sürecin devamı olan boya ve terbiye işlemlerini kendi bünyesinde yapmaya başlayarak üretim sürecini tam entegre hale getirmiştir. Entegrasyonunu sağlamış güçlü üretim yapısıyla dünyaca ünlü tekstil markalarına hizmet vermektedir. Ayrıca firma italya,

İspanya, Fransa, Almanya, Yunanistan, Dubai, Japonya, Brezilya ve A.B.D başta olmak üzere 30 ülkeye ihracat yapmaktadır. Firma genelinde 250 personel çalışmaktadır. 62 makine ile 5 milyon metre üzerinde yıllık üretim gerçekleştirmektedir.



Resim 1: Üretim hattından görüntüler.

İşletme bünyesinde daha önce küçük çapta bir yazılım entegrasyonu girişi yapılmış fakat başarısızlıkla sonuçlanmıştır. Sonrasında işletme delphi programlama dili ile yazılmış küçük bir yazılım ile iş hayatına devam etmiştir.

İşletme ve yazılım firması arasında koordinasyon ve iletişimi sağlamak amacıyla işletme bünyesinde iş analisti tanımlanmıştır. İş analisti ilk etapta departmanlarda yer alan sistemi kullanacak olan son kullanıcılarla görüşmeler gerçekleştirerek ihtiyaç ve gereksinimleri tespit etmiştir. Bu doğrultuda işletme yöneticileri ile toplantılar gerçekleştirmiştir. SAP Business One için yazılım firmasıyla sözleşme imzalanmıştır. Proje iki faz olarak planlanmış, birinci faz olarak sözleşme imzalanma sürecini takiben üç ay - 50 adam/gün sürecek temel kurulum, Kavramsal Tasarım ve Kuramsal Analiz planlaması yapılmıştır. Bu çalışmanın sonunda ortaya çıkacak “Proje İçeriği”, yazılım firması tarafından işletmenin onayına sunulmuş, işletme projenin devamını uygun bularak projenin ikinci fazına geçilmiştir. Projenin ilk fazını takiben kısa süre içinde ikinci faza geçilmiştir. Toplam 150 adam/gün ve 7-9 ay süre zarfında ikinci fazın tamamlanması öngörülmüştür.

Süreçte iş analisti tarafından proje takvimi oluşturulmuştur (Resim 2) yine iş analisti tarafından geri bildirimler ve gereksinimlere bağlı olarak kavramsal analiz çalışmaları yapılmış bu çalışmalar ilgili yazılım firmasına iletilmiştir (Resim 3).

[Broche Proje Takvimi]

Başlangıç: [06.09.2022] Bitiş: [01.06.2023]

Hafta	Salı	Perşembe
Hafta 1	[Eylül] 6	[Eylül] 8
Tasarım Dept. / Punch - Varyant ekranları -Punch ve varyant ekranlarında talep edilen değişikliklerle ilgili çalışma yapılır, sunulacaktır. -Satın departmanından tasarımların departmanına verilen "İş Kağıdı" ile ilgili görüşülerek oluşan üzerinden gerekli güncellemeler yapılacaktır. -"İş Kağıdı"ndaki zorunlu alanlarla ilgili bilgi alınacaktır. -Desen ve varyantların kolayca filtrelenmesi için yapılacak ekranlarla ilgili görüşülerek, istenilen gerekli ayarlamalar yapılacaktır. -Yeni tasarım ya da varyant oluşturulabilmesi için ilgili renklerin en az stoktaki miktarını göstererek rapora ilgili görüşülecek ve rapor hazırlanacaktır. -İÇİ renk kodlarını düzenleme aktarılması için görüşme yapılacaktır. -Desen/varyant bazında en ve içerik bilgilerinin görünmesi talep edilmektedir. -Satın alma siparişi mal girişi ekranından gerekli düzenlemeler yapılacaktır. -Desen ve varyantların sonlandırılması talep edilmektedir. -Stok kartlarında bakiye oluşturmaları ve artık olarak varyantlarda kullanılacak işlemlerin stok durumunun kontrol edilmesi talep edilmektedir.	Tasarım Dept. / Punch - Varyant ekranları toplantısında alınan notlarla ilgili işlem yapılması Proje Takviminin oluşturulması	
Hafta 2	[Eylül] 13	[Eylül] 15
	Planlama Dept. / Üretim Planlama İş akışında diğer departmanlar ile bağlantıların kurulması /Yükat çalışmasına etki eden faktörler nelerdir? Hammaddede kontrolünde filtreleme ekranları yapılabilir mi? Ürünün hangi malzeme çalışacağına nasıl karar veriliyor? MS Project ekranlarının incelenmesi Termin süresinin hesaplanmasına etki eden faktörler	
Hafta 3	[Eylül] 20	[Eylül] 22
Hafta 4	[Eylül] 27	[Eylül] 29
	Üretim Tablet ekranları (Hızlı İşlik Giriş Ekranı tasarım ve kod yazımı) Planlama Dept. / Üretim Planlama İş akışındaki ürünün durumunu takip edileceği ekranlar Rafakat kartı / Tasarımda görülmeli gereken konular Siparişler arasında öncelik planlaması nasıl yönetiliyor? Termin süresini etkileyen sebepler hangi ekranlarda kaydedilebilir? Tahmini termin sürelerinin hesaplanması Ürünlerin kullandıkları göre nasıl sınıflandırılıyor? Planlamanın öncelikli parti numaraları önünü seçmesi için filtreleme ekranının oluşturulması(Değer) Şevkiyat ile ilgili senaryoya bağlı olarak 3 gün kullandığı bitirimin gelmesi (terminin gecikmesi)	

Resim 3: Oluşturulan proje takviminden bir kesit

Müşteri Adı	Estar Tekstil Nakış San. Tic. Ltd. Şti.
Toplantı Konusu	Depo <u>Birimi</u> Kavramsal Analiz
Toplantı Tutanak No	20220616
Toplantı Tarih/Seati	16.06.2022

KATILIMCILAR

Ad/Soyad	Görev	Firma
Y**** B****	Depo <u>Sorumlusu</u>	E*****.
-----	-----	E*****
Y**** Ş***	Proje Yöneticisi	B***** <u>TEKNOLOJİLERİ A.Ş</u>
B***** K*****	Proje Danışmanı	BE***** <u>TEKNOLOJİLERİ A.Ş</u>

GÜNDEM

Estar Tekstil Depo Birimi Kavramsal Analizi

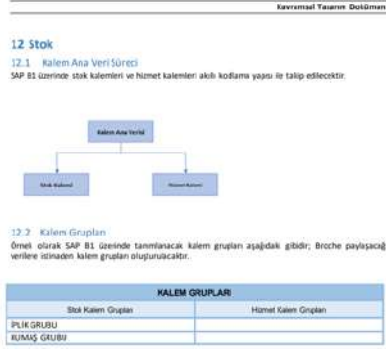
ALINACAK AKSİYONLAR VE YAPILACAK ÇALIŞMALAR

1. Depo birimi; iplik depo ve tül depo olmak üzere iki bölümden oluşmaktadır.
2. Mevcut sistemde İş emirleri gelene kadar Yusuf Bey rutin kontrollerini yapıyor. Kontroller sonrasında İş emirleri üzerinden makineler hazırlanıp kullanılacak olan ürünlerin takviyesi yapılmaktadır. Ürünlerin takviyesinden sonra ise artık sevkiyatların barkodlanması ve irsaliyenin kesilmesi ile ilgilenilmektedir.
3. Toplam 4 adet ana depo bulunmaktadır. Bu 4 ana depo
 - A Blok 1. Kat
 - A Blok 2. Kat
 - B Blok 1. Kat
 - B Blok 2. Kat

Gibi anlaşılır ve basit bir isimlendirmeyeyle oluşturulmuştur. Buna ek olarak Boyahane ve sevkiyat da ara depo olarak kullanılmaktadır.
4. Depolarda, raf yerleri ve raf numaraları mevcuttur.
5. Herhangi bir ürünün depolar arası transferi için "**Stok Nakli Talebi**" ekranı üzerinden talep oluşturularak Yusuf Bey'in ekranına "**Uyarı Yönetimi**" üzerinden uyarı bilgisi düşürülecektir. Stok nakli talebi sonrası kopyalama hedefi seçeneği ile Yusuf Bey gerçekleştireceği stok naklini "**Stok Nakli**" ekranı üzerinden gerçekleştirebilecektir.
6. Stoklar parti numarası ile takip edilmektedir.

Resim 3: Hazırlanan kavramsal dokümandan bir kesit

Talepler doğrultusunda yazılım firması tarafından kavramsal çerçeve oluşturularak işletmeye iletilmiştir (Resim 4). Yazılım firması tarafından modüller revize edilmiştir (Resim 5).



Resim 4: Kavramsal Çerçeve

Resim 5: Revize Edilen Ekranlar

5. Değerlendirme ve Sonuç

Bilişim sistemleri projelerinin tamamlanma süreci karmaşık ve zor bir süreçtir. Her proje özelinde çok çeşitli kritik başarı faktörleri olmakla birlikte genel olarak hedeflerin ve proje kapsamının iyi tanımlanmış olması gerekmektedir. Bu tür projeler iyi bir ekip ve iyi bir iletişim ortamında sağlıklı sonuçlara ulaşabilmektedir. İşletmenin daha önce benzer bir ERP yazılımının başarısızlığı işletme gereksinim ve ihtiyaçlarının yazılım firması tarafında doğru algılanmamasından kaynaklanmıştır. Aynı zamanda üst yönetimin desteği projenin başarısı için son derece önemli olmaktadır. Üst yönetimin projenin sonlandırılacağı konusundaki kararlı tutumunun proje ekibi, son kullanıcılar ve diğer personeller tarafından hissedilmesi gerekmektedir. Proje sürecinde hiçbir belirsizliğe yer vermeyecek şekilde sözleşmeler ve protokoller oluşturulmalıdır. Başarıdaki en önemli unsurlardan biri son kullanıcılardan alınan geri dönüşlerdir. Son kullanıcının ve sistemi kullanan diğer personelin göstermiş olduğu direnç sistemin aksamasına süreçlerin yavaşlamasına neden olmaktadır. Özellikle işletme içinde kilit pozisyonunda olan personelin bilgi birikim ve tecrübelerinin sisteme aktarılması o personelde birtakım rahatsızlıklara neden olabilmektedir. Bu durumun iş analisti ve proje yöneticileri tarafından doğru koordine edilmesi gerekmektedir. Projede departman sorumlularıyla, departman son kullanıcılarıyla sistemin canlıya geçirilmeden önce toplantılar yapılması son değerlendirilmelerin raporlanması önemlidir. Proje bütçesinin düzgün bir şekilde yönetilmesi ve denetlenmesi gerekmektedir. Proje takvimini aşan sürelerde adam/gün sayısı artmakta, proje üst sınır olan adam/gün sayısı aşıldığında ise maliyetler sorun oluşturmaktadır. Bu yüzden planlama kısmında proje takvimi doğru

oluşturulmalıdır. Yazılım firması ve iş analisti tarafında proje sonuçlanana kadar aynı ekiple devam edilmesi önemlidir. Proje döneminin ortasında ekibin değiştirilmesi proje takvimini olumsuz yönde etkileyerek maliyetleri artıracaktır. Projenin canlıya geçirilmesi sonrasında teknik destek sürekli sağlanmalıdır. Projenin arkasında iyi bir teknik ekip olduğu taraflara yansıtılmalıdır.

Kaynakça

(<https://www.springer.com/journal/11187> , 2023)

- Babiceanu, R. F. (2018, 1 31). Enterprise resource planning (ERP) systems: a research agenda. *Journal of Enterprise Information Management*, s.20-35
- Çapa, S., & Karakuş, G. (2022). Kurumsal Kaynak Planlama (KKP) Sistemi Kritik Başarı Faktörlerinin İşletme Esnekliği Bağlamında Tedarik Zinciri Performansına Etkisi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 14(3), 2095-2116
- Davenport, T. H. (1998). "Putting the Enterprise into the Enterprise System". Harvard Business review
- De Kare-Silver, M. (2011). e-shock 2020: how the digital technology revolution is changing business and all our lives. Springer.
- Dennis, A., Wixom, B. H., & Roth, R. M. (2018). *Systems Analysis and Design*. Cengage Learning.
- Ergül, F. Ö. (2019). Maliyet muhasebesi açısından kurumsal kaynak planlamasının önemi. Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya
- <http://www.sap.com/about/what-is-sap.html>, Erişim Tarihi 21.07.2023
- https://ec.europa.eu/growth/smes_en. Erişim Tarihi 21.07. 2023
- Kendall, K. E., & Kendall, J. E. (2019). *Sistem Analizi ve Tasarımı*. Pearson.
- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2016). *Management Information Systems: Managing the Digital Firm*.
- Markus, M. L., Axline, S., Petrie, D., & Tanis, C. (2000). "Learning from adopters' experiences with ERP: problems encountered and success achieved". *Journal of Information Technology*
- Nah, F. F., Lau, J. L., & Kuang, J. (2001). "Critical factors for successful implementation of enterprise systems". *Business Process Management Journal*.
- Olgun, BA & Turan, FK (2022). Tekstil Sektöründe Dijital Dönüşüm ve Tekstil Firmalarının Endüstri 4. 0 Kavramsal Farkındalık Düzeyini Belirlemeye Yönelik Bir Çalışma . *Tekstil ve Mühendis* , 29 (125) , 28-40
- Oz, E. (2009). *Management Information Systems*. Cengage Learning.
- Pfleeger, S. L., & Atlee, J. M. (2010). *Software Engineering: Theory and Practice*. Pearson
- Pressman, R. S. (2014). *Software Engineering: A Practitioner's Approach*. McGraw-Hill Education.
- Satzinger, J. W., Jackson, R. B., & Burd, S. D. (2015). *Systems Analysis and Design in a Changing World*. Cengage Learning.
- Shang, S., & Seddon, P. B. (2002). A comprehensive framework for classifying the benefits of ERP systems. *Information Systems Management*, 201-212.

- Shanks, G., Parr, A., & Hu, B. (2002). An empirical study of factors affecting ERP implementation in China. *International Journal of Production Economics*, 33-42
- Sommerville, I. (2016). *Software Engineering*. Pearson.
- Stair, R. M., & Reynolds, G. W. (2015). *Principles of Information Systems*. Cengage Learning.
- Valacich, J. S., George, J. F., & Hoffer, J. A. (2015). *Essentials of Systems Analysis and Design*. Pearson.

94. Bölüm

Gelişmekte Olan Ülkelerde Sürdürülebilir Ekonomik Büyüme ve Kadın İstihdamı Arasındaki İlişki: Türkiye Örneği

Hasan Çebi BAL ¹

Filiz KUTLUAY TUTAR ²

Nihal AKNUR ³

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Karadeniz Teknik Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Trabzon Türkiye
hbal@ktu.edu.tr ORCID:0000-0002-9568-6740

² Doç. Dr., Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Niğde Türkiye,
flztutar51@gmail.com, ORCID:0000-0002-2574-9494

³ Doktora Öğrencisi Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi, Niğde Türkiye,
ORCID :0009-0006-2985-2823, nihalaknur@hotmail.com

ÖZ

Kadınların işgücüne katılım sayılarının artması sürdürülebilir ekonomik büyüme ile toplam istihdamın sayısının artması ile doğrudan ilişkilidir. Gelişen dünya ekonomileri makro ekonomik dengelerin istikrarı ve sürdürülebilir bir ekonomik yapı için istihdamı artırmaya yönelik iktisadi davranışlar geliştirmektedirler. Çalışma, kadın istihdamı ve ülkelerin iktisadi büyüme ve kalkınma ilişkilerini ortaya koymayı hedeflemiştir. Çalışmanın ilk adımında kadın işgücü ile iktisadi büyüme konusunda yapılmış çalışmalarla ilgili literatür taraması incelenmiştir. Kadınların işgücüne payını belirleyen unsurlara yer verilmiştir. Kadın işgücü, emek piyasasına olan katkısı, ekonomik büyümeyi ne ölçüde etkilediğini belirlemek amacıyla Türkiye’de toplam işgücünün ekonomik büyüme üzerine ilişkisi ve kadın istihdamının ekonomik büyüme ilişkisi incelenmiştir. Analizde 2000-2022 dönemi toplam istihdam sayısı, kadın istihdam sayısı ve GSYİH verileri yıllık olarak değerlendirmeye alınmıştır. Kadın istihdamı ile iktisadi büyüme arasındaki ilişki zaman serisi yöntemi kullanılarak tahmin edilmiştir. Çalışma sonucunda elde edilen zaman serisi analizini göre kadın işgücünün ekonomik büyümeyi pozitif yönde, etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Elde edilen bulgular sonucunda literatürdeki çalışmalara göre kadın çalışan işgücünün iktisadi kalkınmayı artan oranda desteklediği görülmektedir. Sonuç olarak sürdürülebilir istikrarlı bir ekonomik büyüme ve kalkınmayı destekleyen ülkelerin kadın çalışan sayısına ve işgücüne önem vermeleri ve kadınların işgücüne katılımını sağlayacak kalıcı politikalar izlemeleri öngörülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Kadın İşgücü, Ekonomik Büyüme, Zaman Serisi Analizi

The Relationship Between Sustainable Economic Growth and Women's Employment in Developing Countries: The case of Turkey

ABSTRACT

The increase in the number of women's participation in the labor force is directly related to sustainable economic growth and the increase in the number of total employment. Developing world economies are developing economic behaviors aimed at increasing employment for the stability of macroeconomic balances and a sustainable economic structure. The study aimed to reveal women's employment and the economic growth and development relations of countries. In the first step of the study, the literature review related to the studies conducted on economic growth with the female labor force was examined. The elements that determine the share of women in the labor force have been included. In order to determine the female labor force, its contribution to the labor market, to what extent it affects economic growth; the relationship of the total labor force

on economic growth in Turkey and the relationship of women's employment to economic growth were examined. In the analysis, the total number of employment, the number of female employment and GDP data for the period 2000-2022 were evaluated annually. The relationship between female employment and economic growth was estimated using the time series method. According to the time series analysis obtained as a result of the study, it was concluded that the female labor force positively affects economic growth. As a result of the findings, according to the studies in the literature, it is seen that the female labor force supports economic development at an increasing rate. As a result, it is envisaged that countries that support sustainable stable economic growth and development should attach importance to the number of female employees and the workforce and follow permanent policies that will ensure women's participation in the workforce.

Keywords: Female Labor Force, Economic Growth, Time Series Analysis

GİRİŞ

Kalkınma kavramı Dünya genelinde gelişmekte olan ülkelerin tümü için önemli konulardan birini içermekte olup, ekonomik kalkınma ne denli istikrarlı ve öngörülen düzeylerde ise ülkelerin eğitim, sağlık, iktisadi, siyasi açıdan istikrarı da o kadar yüksektir. Sosyal toplumsal davranışlar ülkelerin ekonomik ve finansal davranışlarına gösterge olarak olarak bilinmektedir. Bu toplumlarda yaşam ve refah seviyesi oldukça yüksektir, bireylerin yoksulluk oranları ise normal değerlerin altında olduğundan kabul edilebilir düzeyde görülmektedir. Bu nedenle bu ülkelerde kalkınmanın temel unsuru beşeri sermaye olarak görülür, bu şartlar kalkınmada insan faktörünün önemini göstermektedir. Dünya toplam nüfusunun yaklaşık olarak %50'sinin kadın nüfusu olduğunu varsayarsak potansiyel kadın emeği ve işgücü kalkınma için vazgeçilmez ve göz ardı edilemeyecek bir unsurdur. Emek faktörünün beşeri sermayede yeri olan kadın işgücü, toplumların ekonomik büyüme ve istihdam yaratma algısını içinde payı büyüktür.

En genel tanımıyla, herhangi bir ülkede üretilen mal ve hizmet miktarının belli bir zaman diliminde artışı şeklinde tanımlanan ekonomik büyüme, küresel ölçekte tüm ülkelerin önem verdiği ve yakında ilgilendiği konuların başında gelmektedir. Günümüzde sürdürülebilirlik kavramı ise insan yaşamının sadece sosyo kültürel bir parçası değil ekonomilerinde vazgeçilmez ilkelerinden biri olmuştur. Dünya genelinde hızla artan tüketim, üretim ve ekonomik hegemonyayı sağlamayı istemenin hırsı sıkı bir rekabet ortamını; yaşam standartlarını artıracak bir yaşam felsefesi ve iktisadi anlayışı benimsemişti. Fakat son zamanlarda küresel kaynaklı doğal afetlerin artması ve üretimde yer

alan ekonomik ve doğal kaynakların tükenmeye başlamasıyla birlikte ülkelerin kaynak yönetimi anlayışı hızla değişmiştir. Ekonomi ve Çevre bilimciler yenilenebilir kaynaklar, ekolojik faktörlerin korunması ve kaynak kullanımının bilinçli hale gelmesi gibi stratejik konular üzerinde çalışmaya başlamışlardır. Bu çalışmalar sürdürülebilir kalkınma konularını ortaya çıkarmış ve bu konuda çalışmaları artırmıştır (Balkaya, Tutar, 2022; 299-309)

Az gelişmiş ve gelişmekte olan toplumların aile sembolü olan kadın figürünün çalışma ve ekonomik hayatın içinde yer alması modern topluma geçiş süreçlerinde oldukça yavaş ve sancılı ilerlemiştir. Algısal yaklaşım içeren bu cinsiyetçi davranışlardan dolayı kadının ekonomik hayatta rolü arka planda kalmıştır.

Kadınlar az gelişmiş toplumların çoğunda ekonomik olarak arka planda kalmakta, özellikle ev işleri ve zirai işlerde, toprak tarım gibi emek ile uğraşan bireyler olarak görülmektedir. Ancak gelişen ve değişen dünya düzeni teknoloji sanayileşme ile birlikte, kadının toplum içerisindeki rolü yer değiştirmiştir. Bu süreçte kadının emek piyasasındaki rolü daha önceki zamanlarda erkek işgücü olarak görülen birçok işte başarı göstermişler ve etkili düzeye gelmiştir. İstihdamda fırsat eşitliği, pozitif cinsiyetçilik gibi uluslararası kadın haklarına yönelik artan duyarlılık sayesinde istihdamda daha ılımlı yaklaşımlar ve yarı zamanlı ya da kısmi süreli çalışma saatleri düzenlenmektedir (Dursun & Aytaç, 2017:7-8). Küresel ekonomi ve sürdürülebilir iktisadi yaşam metodu emek ve sermayenin etkin kullanılmasına hız kazandırmıştır.

Tarımdan sanayiye uzanan ekonomik hayat geçmişten günümüze birçok iktisadi konuların içerisinde konu olan kadınların istihdama katılım oranı II. Dünya savaşı sonrasında hızla artmış olup, çeşitlenen ekonomik yapının her alanında gerek sanayi olsun gerek hizmet sektörü olsun kadın istihdam sayısı gün be gün artmıştır. Yeni iktisadi anlayış içerisinde yer alan bilgi ekonomisi, bilim teknolojilerinin gelişmesi ile ortaya çıkmış, kadın istihdamının ve işgücünün bu alana yönelmiş olmasına katkı sağlamıştır. Ekonomik büyümenin sağlanması sektörler arası kadın işgücünde olan sayıyı da etkilemiştir. Tarım sektöründe yüksek oranı barındıran işgücü hizmetler sektörüne kaymıştır. Bu sektörler arası oranların değişmesinde kırsaldan kentsel yaşam düzenine geçilmesi, kadın nüfusun eğitim durumlarında iyileşme, ülkede insan haklarında sosyal, siyasal eşitliğin sağlanmasıdır (Dücan, Atay Polat 2017; 155-170).

Kadınların işgücüne katılımı ve istihdama ekonomik ve sosyal etkileri değerlendirildiğinde nitekim eğitim durumu, tüketim-tasarruf ilişkisi, sağlık ve eğitim için dağılımı sağlanan bütçe, doğurganlık gibi sosyo-kültürel faktörlerin belirleyici olduğu ve sonuç olarak sürdürülebilir ekonomik büyüme ve iktisadi

kalkınma için ne denli önemli olduğu göz önüne gelmektedir (Günsoy ve Özsoy, 2012, 24-25).

Emek piyasası dediğimiz kavram; içerisinde birçok sektörü dönemsel ya da tam zamanlı olsa dahi işgücünün sermaye ve girdi faktörleri arasında nasıl bir dengede yer aldığı bilinmektedirki nitekim işgücü ikame edilemeyecek bir öneme sahiptir. Bu nedenle kadın işgücünün emek piyasasında en küçük varlığı dahi sürdürülebilir bir ekonomik büyüme için önem arz etmektedir. Toplam nüfusun yarısından daha az bir kısmını oluşturan kadın işgücü sayısı emek faktörü göz önüne alındığında düşük katılım oranı, emek piyasasının verimli çalışma oranını azaltarak, ülkelerin küresel ekonomik rekabet gücünün istenilen düzeyde olmamasına sebebiyet vermektedir. Nitekim kadınların işgücüne ve istihdama yönelik sayılarının artırılması ile işgücü piyasasına ve ekonomik büyümeyi daha etkin hale getirerek küresel rekabet oranı artırılabilir ve ekonomik büyüme artan oranda gelişme gösterebilecektir (Aydın, 2011, 82-83).

Gelişmekte olan ülkeler göz önünde bulundurulduğunda istihdam artışı ile ekonomik büyüme arasında pozitif ilişki bulunmaktadır. Ülkelerin ekonomik büyüme yaratan ekonomik ve sosyal davranışları toplumsal olarak değerlendirildiğinde eğitim düzeyi, istihdam sayısı, ihracat ve ithalat oranları, ülke enflasyon oranları gibi birçok değişkeni içermektedir.

Kadın istihdamını etkileyen faktörleri sınıflandırmak gerekirse bunlar iki ana başlıkta iktisadi ve sosyo kültürel faktörlerlerdir. Bu faktörlerin başında demografik yaklaşımlar içeren bireylerin cari ücret düzeyleri, doğurganlık, çalışan kadınların yaşı, çalışan kadınların medeni durumları yer almaktadır. Ekonomik büyüme ve gelir, istihdamın kayıt dışı kalan oranı, işsizlik oranları, enflasyonist beklenti, ekonomik ve finansal kriz dönemleri, teknolojik gelişmelerdeki yenilikler ve küreselleşme gibi makro değişkenler toplumlar arası ya da gelişen dünya ekonomileri için söz konusudur. Sosyolojik faktörler ise; kadının geleneksel aile içi ya da toplumlar arası kadın profili üzerine eşleştirilmiş rollerden bahsedilirken, aile içerisinde ekonomik etksi olmayan işçiliği ve göç unsurunun yer almasıdır (Çiçek, 2021: 11-25). Kadın işgücü üretim faktörleri arasında yadsınamaz bir yere sahiptir; hem ülkelerinde ekonomik büyümelerinin sürdürülebilmesinde önem teşkil etmekte, hem de çalışan kadınların eğitim ve sağlık düzeylerindeki artış ile paralel olarak çocuk ölüm sayısında da etkili düzeyde azalışa fayda sağlamıştır. Potansiyel kadın işgücü ve çalışan kadın işgücü faktörünün farkındalığın artması bir çok araştırmacıyı çeşitli dönemlerde ya da birçok ülke veya ülke grupları arasında istatistiksel ve uygulamalı çalışmalarla kadın işgücünü sosyal, siyasi ve iktisadi açıdan incelemeye yönlendirmiştir.

Kadınların eğitim olanaklarına sahip olmada yaşadıkları eşitsizlik, ücret-performans beklentisinde yaşanan olumsuzluklar, etkin olmayan, yedek işgücü olarak görülmeleri, yan gelir ek gelir gibi algılar, kadınların toplumsal rol ve sorumlukları gibi faktörler gelişen ekonomilerde iktisadi düzeyi ya da fark etmeksizin ülkelerin kadının işgücüne katılımını belirleyen unsurlardır (Ak, 2021: 476).

1. Literatürde Kadın İstihdamı İktisadi Büyüme

Konuya ilişkin çalışmalar değerlendirildiğinde; kadın istihdamı ile ekonomik büyüme GSYİH ile ilişkileri incelendiği görülmüştür. Kadın istihdamı ile ekonomik büyüme ilişkisini inceleyen birçok çalışma vardır, öncelikli olanlar şunlardır.

Bu çalışmaların başında Barro ve Sala-i Martin (1991), Grosman ve Helpman (1991), Kim ve Lau (1996), Galor ve Weil (1996) yer alır. 2000’li yılların başından itibaren ise Jones (2001), Prskawets ve Kögel (2001), Lucas (2002), Mc Dermott (2002), Tamura (2002), Doepke (2002), Galor ve Weil (2002), Greenwood (2002) ve Galor ve Mountford (2003) gibi çalışmalar yapılmıştır.

Luci (2009) ilgili çalışmada; 1965-2005 yılları arasında 184 ülke verilerinden oluşan kadın istihdamı ve ekonomik büyüme arasında ilişkiyi panel veri analizi ile incelemiş yapılan çalışmada kadın istihdamındaki artışın ekonomik büyüme üzerinde pozitif etkisi tespit edilmiştir.

Baliamoune-lutz (2007), ilgili çalışmada Sub-Saharan Afrika ülkeleri ve Arap ülkelerinde çalışan kadın katılım oranı ile iktisadi büyüme arasındaki ilişkiyi incelemiş olup, çalışmasının sonucunda Afrika ve Arap ülkelerinde kadın nüfusun toplam işgücüne katılım oranı ile ekonomik büyüme arasında negatif bir ilişki olduğu ortaya koymuştur.

Ceesay (2013), çalışmasında 18 ülke için 1980-2010 yılları arasında eğitimde kadın-erkek eşitsizliğini ve bu eşitsizlik nedeniyle toplam istihdam içerisinde yer alan dengesizliğin işgücü katılım oranına etkisini ve GSYİH ile olan etkilerini araştırmıştır. Birçok ülkedeki sonuçlar, nüfus artışı ve yatırımlar gibi cinsiyet eşitsizliğinin etkileri arasında denge sağlandığı takdirde kadın ve erkeklerde işgücüne katılım oranının büyümeye etkisinin pozitif oranda olacağını belirtmiştir. Çalışma, ortaöğretimde yer alan kadın ve erkek oranlarının büyüme üzerindeki etkisinin kadın ve erkek yükseköğretim mezunlarına göre karşılaştırıldığında daha büyük olduğunu göstermektedir. Çalışmanın sonucu bizlere, 18 ülkede de eğitimin büyüme etkisinin daha yüksek olduğunu göstermiştir.

Türlüoğlu kadın istihdamı ile yaptığı çalışmasında, Türkiye’de 1999-2017 yılları arasında kadın istihdamı ve ekonomik büyüme ilişkisini araştırmak için

var analizi yapmıştır. Bu veriler ışığında Granger nedensellik testi ile ekonomik büyüme ve kadın istihdamının çift yönlü nedensellik ilişkisi olduğu sonucuna varmıştır. Çalışmasında anlaşıldığı gibi kadın istihdamındaki artışın ekonomik büyümeyi, ekonomik büyümedeki artışın kadın istihdamına pozitif etkisi olduğu görülmektedir.

Pata (2018); Türkiye’de 1988-2015 dönemleri için yaptığı çalışmada kadın istihdamı ekonomik büyüme ilişkisini simetrik ve asimetrik nedensellik testleri uygulanarak ve matematiksel anlamda kabul edilebilir bir nedensellik ilişkisi sonucuna varmıştır. GSYİH ile kadın istihdamı arasında pozitif yönlü ilişki görülmüştür.

Dücan & Atay Polat (2017), çalışmalarında belirlenen OECD ve G7 ülkelerinde kadın işgücü ile GSYİH arasındaki ilişkiyi incelemiş, 2007 – 2014 yılları arasında yer alan yıllarlı Panel veri analizi Sabit Etkiler modeli ile incelemiştir. Kadın istihdamının belirleyicisi olarak Kadın/Erkek işgücüne katılım oranını incelemişler ve elde edilen sonuçlara göre, belirli bir dönemde kadın istihdamında yaşanan artışın GSYİH’yı negatif yönde etkilediğini tespit etmişlerdir.

Tansel (2002), makalede Türkiye’de yer alan 67 ilde bulunan kadınların işgücüne ve istihdama katılımı ve ekonomik büyümeye olan olumlu olumsuz ilişkisi incelenmiştir. Yapılan analizler sonucunda, işgücüne katılım oranı ile ekonomik büyüme arasında pozitif yönlü ilişki olduğu tespit etmiştir.

Özdemir ve diğ. (2012), çalışmalarında geçiş ekonomilerinde ülkelerde kadın işgücünün yapısal kültürel ve sosyal dibi fonksiyonları göz önünde bulundurularak, bu etkenler ile ekonomik büyüme oranları ile ilişkisi analiz edilmiştir. Çalışmalar kadın istihdamının yeterli seviyelerde olmadığını göstermiştir. Küresel kriz gibi ekonomik şokların birçok geçiş ekonomilerinde kadın istihdamında negatif etkisi olduğu tespit edilmiştir. Diğer hususta geçiş ekonomilerinde ülkelerin refah seviyesi ile istihdam sayısı arasında doğrusal bir orantı olmasıdır. Ülkelerin refah seviyesi arttıkça kadın istihdamındaki sayının arttığı görülmektedir.

Korkmaz ve diğ. (2013), yapılan çalışma Türkiye’deki kadın işgücünü iş sektörü olarak gelişmiş Dünya ekonomileri arasında yer alan ABD’deki kadın istihdamı ile karşılaştırmış ve istihdama söz konusu olan nedenleri belirlemek amacıyla temel istatistikler üzerinde analiz yapmışlardır. İki ülke arasında belirgin farklar tespit edilerek, GSMH ve istihdam arasında yer alan ekonomik ilişki Granger nedensellik testleri analizleri ile tespit edilmiştir.

Çalışma sonucunda, Türkiye ile Amerika’nın sanayideki kadın istihdamı ve sektör dağılımları, rakamlarla ifade edildiğinde Amerika’da 2000’li yılları içerisinde kadın istihdamının gelişimi neredeyse ülke nüfusunun %50’sini

oluştururken Türkiye’de ise bu oran sadece %25’tir. Diğer bir belirgin fark ise Amerika’da kadınların istihdam edildiği sektörler Türkiye ‘e kadınların istihdam edildiği sektörler göre daha yönetim ve idari işlerden oluşmakta, bu durum Türkiye’de ise hem daha kısa vadeli dönemsel işleri hemde tarım zirai gibi yoğunlukla beden işçiliğinden oluşmaktadır. Çalışmanın sonucuna bakıldığında veriler doğrultusunda ABD’de milli gelirden meydana gelen artış miktarının kadın istihdam sayısında artışına neden olduğunu Türkiye’de ise GSMH ile kadın istihdamı ile çift yönlü nedensellik ilişkisi olduğu görülmüştür.

Özdemir, Serel (2017) çalışmalarında kadın istihdamı ekonomik büyüme ilişkisi üzerinde Türkiye’de kadın istihdamı ve işsizliği ile ilgili ekonomik büyüme ilişkisini değerlendirmiştir. 2000-2013 yılları arasında alınan veriler sonucunda ekonomik büyüme ve kadın istihdamı arasında pozitif bir ilişki olduğu belirlenmiş, kadın işsizliği ile GSYİH arasında negatif yönlü ilişki görülmüştür.

2. Veri Seti, Ekonometrik Model ve Bulgular

2.1. Veri Seti ve Yöntem

Bu çalışmada, gelişmekte olan ülkelerden biri olan Türkiye ‘de kadın işgücü ile GSYİH arasındaki matematiksel bir ilişki olup olmadığı incelenecektir. Çalışmanın kapsamında, toplam istihdam sayısı ülkede belirlenen dönemde işgücüne katılım oranını göstermektedir. Kadın işgücü ise tüm sektörler dahil edilerek toplam kadın istihdam sayısını göstermektedir. Nitekim, çalışmada ele alınan kadın/erkek işgücüne katılım sayısı ve kadın işgücü sayısının gelişmekte olan ülkelerde iktisadi büyüme ile ilişkisi araştırılmaktadır.

Çalışmanın bu aşamasında Türkiye’de 2000-2022 yılları arasında, reel GSYİH (2000 yılı fiyatlarıyla), kadın istihdam ve toplam istihdam değişkenleri ile ekonomik büyüme ilişkisi incelenmektedir. GSYİH verileri, toplam istihdam ve kadın istihdam rakamları Dünya Bankası’ndan yararlanılmıştır. Ekonometrik testler Eviews zaman serisi programı ile analiz edilmiştir. Kadın istihdamı (FEMP tabloda yer almaktadır), toplam istihdam (TEMP tabloda yer almaktadır) ve ekonomik büyümeyi için ifade edilen reel gayrisafi yurtiçi hasıla (Y olarak gösterilmiştir) Dünya Bankası’ndan elde edilen veriler kullanılmıştır.

Tablo 1 : Değişkenlerin Tanımı ve Kaynakları

DEĞİŞKENLER	DEĞİŞKEN TİPİ	TANIM	KAYNAKLAR
GSYİH (Y)	Bağımlı değişken	GDP growth (annual %)	World Bank
KADIN İSTİHDAM SAYISI (FEMP)	Bağımsız değişken	Employers, female (% of female employment) (modeled ILO estimate)	World Bank
TOPLAM İSTİHDAM SAYISI (TEMP)	Bağımsız değişken	Employers, total (% of total employment) (modeled ILO estimate)	World Bank

$$Y_{it} = \beta_0 + \beta_1 TEMP_{it} + \beta_2 FEMP_{it} + u_{it}$$

2.2. Birim Kök Test Sonuçları

Zaman serisi çalışmalarında; birim kök testleri seride durağanlığın test edilmesi için yapılan ekonometrik yöntemlerdir. Bu nedenle öncelikle serilerin durağanlığı hakkında bilgi sahibi olabilmek için Augmented Dickey Fuller (ADF) ve Phillips Perron (PP) birim kök testleri verilerimiz için uygulanmıştır. Optimal gecikme uzunlukları ADF testinde Schwarz Bilgi Kriterine (SIC-Schwarz Info Criterion) göre belirlenmiştir. Bu aşamada veriler üzerinde PP testine göre Newey-West Kriteri belirlenen genişlikleri içermektedir. Hesaplanan tablo değerleri ADF ve PP testlerinin mutlak olarak kritik tablo değerinden küçük olması, seride birim kök olduğunu kabul eden hipotezi gösterir. Sonuç serilerin durağan olmadığı, birim kök içerdiği şeklinde yorumlanır. Ters durumda yani serilerin hesaplanan tablo değerlerinin mutlak olarak kritik tablo değerlerinden daha büyük olması ise serilerin birim kök olduğunu gösterir biçimindeki temel hipotez reddeder, serilerin birim kök olmadığı şeklinde kurulan alternatif hipotez kabul edilir sonuç olarak seriler durağandır. Serilerin birim kök ya da durağanlık içermesinden önce trend ve intercept değerleri de grafikler ile gösterilmiştir. Bu değerler verilerimizin kendi arasında yıllar içerisindeki değişim aralığı hakkında bilgi vermektedir.

Tablo 2: Serilerin Birim Kök Test sonuçları

BİRİM KÖK	DÜZEY SERİ			BİRİNCİ FARK		
	DEĞİŞKENLER	Kritik değer %5	P	DEĞİŞKENLER	Kritik değer %5	P
ADF	Y	-1.960171	0.0761	ΔY	-1.961409	0.0005
	FEMP	-1.960171	0.9525	$\Delta FEMP$	-1.961409	0.0065
	TEMP	-1.960171	0.3683	$\Delta TEMP$	-1.961409	0.0043
PP	Y	-1.959071	0.0062	ΔY	-1.960171	0.0000
	FEMP	-1.959071	0.9328	$\Delta FEMP$	-1.960171	0.0000
	TEMP	-1.959071	0.3917	$\Delta TEMP$	-1.960171	0.0018

Analizde serilerin trend ve intercept değerleri incelenmiş verilerin intercept ve trend içermediğinden none değerleri tercih edilerek seviyede ve 1. Farklarında ADF ve PP test kriterlerine none değerleri uygun görülmüştür. Bağımsız değişkenlerin seviyede birim kök içerdiği durağan olmadığı görülmektedir. Bu durumda serilerin birinci farklarının alınması ile test sonuçlarında hesaplanan tablo değerleri, mutlak olarak kritik değerlerinden küçük çıkmaktadır. Nitekim birim kök olduğu biçiminde kurulan temel hipotez bu aşamada reddedilir. Sonuç olarak ADF ve PP testlerine göre seviyede Y ve , FEMP , TEMP Δ serileri birinci mertebeden durağan (I(1)) serileri içermektedir. Serilerin en küçük kareler analizi ile tahmin edilerek değişkenler arasında ilişki yönü saptanacaktır.

2.3. EKK yöntemi ile Regresyon Analizi

Regresyon analizi modelinde bir değişkenin başka bir değişken ya da değişkenler tarafından etkilendiğini açıklayan modeldir. Eğer değişkenin uğradığı değişimleri sadece bir değişken tarafından açıklanabiliyorsa buna basit regresyon modeli denir (Güriş ve Çağlayan, 2013: 77). Modelde birden çok değişken yer alıyorsa, faktörlerin etkisi göz önünde bulundurularak, değişkenler arasındaki ilişkiyi basit regresyon modeli ile açıklanabilse de birden çok bağımsız değişkene ihtiyaç duyulabilir. Birden çok değişkeni içerdiğinde çoklu regresyon modelleri olarak adlandırılacaktır (Güriş ve Çağlayan, 2013: 179). Çoklu regresyon modelinde basit regresyon modelinin bağımlı değişkenini etkileyecektir. Çoklu regresyon modeli bağımlı değişkeni birden çok bağımsız değişkenin etkilediği modellere denir. Her iki regresyon modeli ise doğrusal veya doğrusal olmayan fonksiyonlarla formüle edilmektedir (Güriş ve Çağlayan, 2013: 179). Çalışmada EKK yöntemi ile tahmin edilmiş olup, regresyon modelinde Y (GSYİH) bağımlı değişken, $\Delta FEMP$ (kadın işgücü) ve $\Delta TEMP$ (toplam işgücü) bağımsız değişkenler olarak ele alınmıştır.

Tablo 3 : Kolerasyon Matrisi

CORELATION PROBABİLİTY	RGDP	FEMP	TEMP
RGDP	1.0000		
FEMP	0.8309	1.0000	
TEMP	0.9341	0.2209	1.0000

Çalışmada elde edilen değişkenlerin oluşturduğu korelasyon katsayıları tabloda sunulmuştur. Tablo 3'te yer alan değerlerine göre, RGDP değerleri ile FEMP VE TEMP değişkenleri arasında güçlü bir korelasyon olduğu görülmektedir.

Tablo 4 : EKK Yöntemi ile Regresyon Analizi

BAĞIMSIZ DEĞİŞKEN	KATSAYI	STANDART HATA	T İSTATİK	OLASILIK
$\Delta FEMP$	12.74844	11.60124	1.098886	0.2871
$\Delta TEMP$	-.3.321957	8.154596	-0.407372	0.6888
C	0.954182	1.535135	-0.621562	0.5425
GÜÇLÜ İSTATİSTİKLER	R2	0.0796199	P DEĞERİ F İSTATİSTİK	0.495917

Tablo 4' $\Delta FEMP$ ve $\Delta TEMP$ bağımsız değişkenlerinin katsayıları ve olasılık değerleri %5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlıdır. Analizde hata terimleri değerlerinin EKK yöntemi ile elde edilmiş tahmin sonuçları aşağıda gösterilmiştir.

$$Y = 12.74844 \Delta FEMP - 3.321957 \Delta TEMP$$

$$\begin{matrix} (11.60124) & (8.154596) \\ [1.098886] & [-0.407372] \end{matrix}$$

Not: () standart hata değerlerini, [] t değerlerini göstermektedir.

Kadın işgücü ve toplam işgücü sayısındaki değişimler reel GSYİH'deki değişimin %49,59'unu açıklamaktadır. Regresyon analizinde yer alan sonuçlara göre; $\Delta FEMP$ bağımsız değişkeni Y bağımlı değişkenini pozitif yönde

etkilemektedir. $\Delta TEMP$ bağımsız değişkeni Y bağımlı değişkenini negatif yönde etkilemiştir. $\Delta TEMP$ toplam işgücünde yaşanan artış, bağımlı değişkende GSYİH oranlarında azaltıcı yönde etkilere neden olurken, $\Delta FEMP$ kadın işgücü sayısı GSYİH oranlarında pozitif yönde etki etmektedir. Elde edilen sonuçlara göre; kadın istihdamındaki %1'lik artış, Reel GSYİH'yi %12.74844 arttırırken, toplam istihdam sayısındaki %1'lik artış, Reel GSYİH'yi %-3.321957 azalışa neden olduğu görülmektedir. Model olarak incelendiğinde kadın istihdam sayısındaki artışın ekonomik büyümeyi olumlu yönde etkilediği ekonomik büyüme için belirleyici faktör olduğu söz konusudur. Bu bağlamda bu çalışmanın sonuçları ile literatürde yer alan gelişmekte olan ülkeler arasında yapılan çalışmalardan, Günsoy ve Özsoy (2012), Serel ve Özdemir (2017) ve Pata (2018) gibi çalışmaları kadın işgücünün ekonomik büyüme arasındaki pozitif ilişkisi sonucu ile benzerlik göstermektedir. Toplam istihdam sayısındaki artışın ekonomik büyüme üzerinde negatif belirleyici olmasının arka planında birçok etken yer almaktadır. Çoklu bağımsız değişkenler başka çalışmalarda incelenmiş olup literatürde, örneğin iktisadi büyümenin istihdamı ne yönde etkilediği emek ve sermayedeki değişimin istihdama esnekliği hesaplanarak incelenmiştir. Elde edilen sonuçlar çalışmada ekonomik büyüme ile istihdam arasındaki ilişkinin istihdam esnekliği ile açıklanmaktadır. Bir diğer unsur olan istihdam eşikleri ise, iktisadi anlamda sağlanacak büyümenin ile toplam işgücü arasındaki ilişkiyi gösterir niteliktedir (Murat, Eser 2013;11). Bu bağlamda, toplam istihdam ve ekonomik büyüme ilişkisi için birçok makro değişkenler içeren ekonomik modeller kapsamlı olarak incelenmesinde fayda vardır.

SONUÇ

Bu çalışma; küresel ekonomik hareketlerin sürdürülebilir istihdam katsayısına büyük etkisi olduğu düşünülen kadın işgücüne dikkat çekmeyi ve ekonometrik yaklaşımla bunu açıklamayı hedeflemiştir. Kadınların işgücü piyasasındaki etkinliği ve kadın işgücünün ülke ekonomisine yapabileceği katkı incelenmiştir. Bu amaçla kadın istihdam sayısının yıllar içerisinde matematiksel olarak durumu göz önüne alınmış, ekonomik büyüme ile ilişkisi toplam istihdam içerisinde ilişkisi hesaplanmak istenmiştir. Ülkelerin iktisadi olarak başarı ve istikrar dengelerine göre ekonomik büyüme oldukça büyük öneme sahiptir. Ekonomik açıdan trendli, istikrarlı ve büyüyen bir ekonomide toplam işgücünde de reel bir artış olması gerekmektedir. Nitekim kadın istihdamının da aynı oranda artış göstermesi beklenmektedir. Bu amaçla son zamanlarda kadın istihdamını arttırmaya yönelik birçok çalışma ve araştırma yapılmıştır. Kadınların işgücü piyasasında aktif olarak yer alabilmeleri için devlet tarafından ekonomik teşvikler, indirimler, fırsat eşitliği gibi birçok konular üzerinde değerlendirme ve

iyileştirme yapılmalıdır. Bu çalışmada elde edilen analiz sonuçlarına göre günümüzde üretimin yani ekonomik büyümenin devamlılığının sağlanmasında kadın istihdamının pozitif etkisi olduğu sonucuna varılmış olup, kadın istihdamını artırmaya yönelik politika önerileri sunulmuştur.

Gelişmekte olan ülkelerde, kadınların işgücüne katılımı ekonomik büyüme ve kalkınma için oldukça önemlidir. Kadınların toplam işgücüne katılım oranlarının artırılması ülkelerin istihdam politikalarının temel hedefleri arasında yer almalıdır. Kadın istihdamının toplam istihdam içerisinde payının arttırılabilmesi için öncelikle kadın nüfusun eğitime önem verilmeli, öncelikli haklar tanınmalıdır. Özellikle coğrafi çeşitliliğin yüksek olduğu ülkemizde bölgesel teşvik ve destekler devlet tarafından sunulmalıdır. Kadınların eğitim düzeyi yükseldikçe işgücüne katılım oranları artacaktır. Çalışma hayatında daha sürdürülebilir bir katsayı için aile ve çocuk bakımı yardımı ve imkanları artırılabilir, erken emeklilik konusunda pozitif bir ayrıma gidilebilir.

Kadınların toplam işgücü payı içerisinde yer alması, gelişmekte olan ülkelerin refah seviyesinin artmasına ve ekonomik kalkınmanın sağlanması için oldukça önemlidir. Bu hedefler doğrultusunda politika yapıcıların kadın işgücünü etkin hale getirmeye yönelik ve emek piyasasında katılım oranlarını arttıracak , bu istihdamın sürekliliğini sağlamaya yönelik ekonomi politikaları geliştirmeleri önerilmektedir (Kutluay Şahin, 2022; 284-285).

KAYNAKÇA

- Ak, B. (2021). Kadın istihdamının ekonomik büyümeye etkisi: Seçilmiş OECD ülkeleri ve Türkiye arasında karşılaştırma. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 26(4), 475-487.
- Aydın, F. (2011). Kadın İstihdamının Rekabet Gücü ve Ekonomik Büyüme Üzerine Etkisi: Türkiye İle Rekabet Gücü En Yüksek Ülkelerin Karşılaştırılması. Erciyes Üniversitesi, Doktora Tezi.
- Bali Moune-lutz, M. ve McGilivray, M. (2007), "Gender Inequality and Growth in SubSaharan Africa and Arab Countries", African Economic Conference, 15-17 November 2007, Ethiopia.
- Balkaya D., Tutar F., Tutar N., (2022) Küresel Düşün Yerel Davran :Mikro Temelli Sürdürülebilir Yerel Kalkınma A S R Journal Year 2022, Vol: 7, Issue: 35, pp: 299-309
- Ceesay, E. K. (2013), "Inequality and Growth", MPRA Paper No. 45492: 1-98.
- Çiçek, S. (2021). Kurumsal faktörlerin kadın istihdamına etkisinde insani gelişmenin aracılık rolü: Panel veri analizi. Afyon Kocatepe Üniversitesi Yüksek Lisans Tezi.
- Dedeoğlu, S. (2000). Toplumsal cinsiyet rolleri açısından Türkiye’de aile ve kadın emeği. Toplum ve Bilim, 86, 139-170.
- Dursun, S. & Aytac, S. (2017). Çalışma yaşamında özel gruplar. Bursa: Ekin Basım Yayın Dağıtım.
- Dücan, Atay Polat (2017) ‘‘Kadın İstihdamının Ekonomik Büyüme Etkisi: OECD ülkeleri için Panel veri Analizi ‘ ‘ Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt 26, Sayı 1, 2017, Sayfa 155-170
- Günsoy, G., & Özsoy, C. (2012). Türkiye’de Kadın İşgücü, Eğitim ve Büyüme İlişkisinin VAR Analizi. Finans Politik & Ekonomik Yorumlar, 49(568), 21-40.
- Güriş, S., & Çağlayan, E. (2013). Ekonometri Temel Kavramlar. İstanbul: DER Yayınları.
- Kutluay Şahin D. (2022) “Kadın İstihdamının Ekonomik Büyümeye Etkisi” Uluslararası Ekonomi ve Yenilik Dergisi, 8 (2) 2022, 277-288
- Korkmaz, M., Alacahan, N. D., Cesim, D. T., Yücel, A. S. ve Aras, G. (2013), “Türkiye’de Kadın İstihdamının Amerika Birleşik Devletlerindeki Kadın İstihdamı İle Karşılaştırılması”, International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic, 8(9): 1845-1863.
- Luci, A. (2009). Female labour market participation and economic growth. International Journal of Innovation and Sustainable Development, 97-108.

- Murat S. Yılmaz Eser B. (2013) “Türkiye’de Ekonomik Büyüme ve İstihdam ilişkisi : İstihdam Yaratmayan Büyüme Olgusunun Geçerliliği ‘HAK-İŞ Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi Cilt: 2, Yıl: 2, Sayı: 3 (2013/1) ISSN: 2147-3668
- Özdemir S. Serel H. (2017) Türkiye’de Kadın İstihdamı ve Ekonomik Büyüme İlişkisi Cilt/Volume: 15 Sayı/Issue: 3 Eylül/September 2017 ss./pp. 132-148 H. Serel, B.S. Özdemir Doi: <http://dx.doi.org/10.11611/yead.310569>
- Pata, U.K. (2018). “Türkiye’de Kadın İstihdamı ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Simetrik ve Asimetrik Nedensellik Testleri ile Sektörel bir Analiz” Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi, 35 – 150, 2018.
- Tansel, A. (2002), “İktisadi Kalkınma ve Kadınların İşgücüne Katılımı: Türkiye’den Zaman-Serisi Kanıtları ve İllere Göre Yatay Kesit Kestirimleri”, ERC Working Papers in Economics, 01/05.
- Türlüoğlu, E. (2018). Kadın istihdam ve büyüme ilişkisi: Var modeli analizi. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 5(9), 59-68.

95. Bölüm

Dijital Oyunlar Üzerine Yapılan Akademik Araştırmalarla İlgili Sistematik Bir İnceleme

Ayşen YALMAN ¹

Fatma YİĞİT AÇIKGÖZ ²

¹ Öğr. Gör. ; Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü. aysenyalman@akdeniz.edu.tr ORCID NO: 0000-0003-2280-2824.

² Öğr. Gör.; Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü. fatmayigit@akdeniz.edu.tr ORCID NO: 0000-0003-3748-1496.

ÖZET

Bu çalışma, dijital oyunlar alanında yapılan çalışmaların bibliyometrik analiz ile kategorize edildiği bir araştırmayı temsil etmektedir. Araştırma, farklı disiplinlerde gerçekleştirilen çalışmaların büyüklüğünü, trendlerini ve dağılımlarını incelemeyi amaçlamaktadır. Web of Science (WoS) veri tabanından "online game" or "digital game" or "digital addiction" konusunda yayınlanan "article" or "review article" olan akademik çalışmalar incelenmiş, farklı konu başlıklarına ve çalışma türlerine göre kategorize edilmiştir. Araştırma 2004-2023 yılları arasında kaleme alınmış ve belli bir mantıksal sınama ve filtreleme sonucunda elde edilmiş toplam 1345 makale üzerinde yapılmıştır.

Araştırma sonuçları, dijital oyunlarla ilgili araştırmaların son yıllarda önemli bir büyüme gösterdiğini ve farklı disiplinlerde geniş bir yelpazeye yayıldığını göstermektedir. Dijital oyunların psikolojik etkileri, eğitimde kullanımı, sağlık üzerindeki etkileri ve sosyal etkileri gibi çeşitli konu başlıklarına odaklanan çalışmaların artış gösterdiği belirlenmiştir.

Dijital oyunlarla ilgili yapılan araştırmaların artan önemi ve farklı disiplinlerdeki çeşitliliği, bu alanda daha fazla araştırmaya ve işbirliğine yönelik fırsatlar sunduğunu göstermektedir.

Anahtar Kelime: Dijital Oyun, Bibliyometrik Analiz, Dijital Oyunların Etkileri, Sistematiik İnceleme, Değişken.

GİRİŞ

Günümüzde dijital oyunlar, teknolojinin hızlı ilerlemesi ve internetin yaygın kullanımı sayesinde büyük bir popülerite kazanmıştır. Bilgisayarlar, akıllı telefonlar, tabletler ve oyun konsolları aracılığıyla oynanan bu oyunlar, çocuklardan yetişkinlere kadar geniş bir kullanıcı kitlesini etkilemektedir. Dijital oyunlar, eğlence amacının ötesinde çeşitli alanlarda etkileri olan bir araç haline gelmiştir. İnternetin yaşamın neredeyse her alanına etki etmesi sonucu reel yaşam ile sanal yaşam arasındaki sınır ortadan kalkmaktadır. Bu değişim, iletişim teknolojilerini günlük yaşamın vazgeçilmezleri haline getirmiştir (Bozkurt, 2011; Timisi, 2003).

Dijital oyunlar, günümüzde giderek artan bir popülerlik kazanan eğlence ve etkileşim biçimi olarak ön plana çıkmaktadır. Bu oyunlar, gelişen teknoloji ile birlikte grafiklerin ve oynanabilirliğin muhteşem bir birleşimi olarak karşımıza çıkmakta ve oyunculara gerçeküstü deneyimler sunmaktadır. Ancak, bu heyecan verici dünyanın, bazı bireyler için ciddi bir sorun haline geldiği ve bağımlılık yaratabildiği de bir gerçektir. Örneğin dijital oyunların şiddeti teşvik etme, ırkçı söylemleri meşrulaştırma, cinselliği ön plana çıkarma gibi olumsuz etkileri olduğunu söyleyen araştırmaların yanında (Açıkgöz ve Yalman, 2018), bu oyunların bağımlılık yarattığı yönünde de pek çok araştırma bulunmaktadır.

Son yıllarda, dijital oyunların bağımlılık potansiyeli hakkında artan bir endişe ve ilgi görülmektedir. Birçok insan, uzun süren oyun oturumları, sürekli tekrarlanan deneyimler ve sosyal etkileşimi azaltma eğiliminde olan sanal dünyalara dalmış durumda. Bu bağlamda, bilim insanları, psikologlar ve toplumun diğer kesimleri arasında dijital oyunların etkileri ve nedenleri üzerine yapılan araştırmalar giderek önem kazanmaktadır.

Bu makale, dijital oyunları inceleyen akademik araştırmaları ele alan bir bibliyometrik analiz sunmayı amaçlamaktadır. Bibliyometrik analiz, önceki araştırmaların yayın verilerini inceleyerek, bu alandaki literatürdeki gelişmeleri, eğilimleri ve en çok alıntı yapılan çalışmaları anlamamıza yardımcı olacaktır. Bu analiz, dijital oyunların potansiyeli hakkındaki bilgilerin derlenmesine ve gelecekteki araştırmalara rehberlik etmeye yardımcı olacaktır.

Dijital Oyunların Fayda ve Zarar Güdümü Bakımından Yapılan Çalışmalar

Son yıllarda dijital oyun sektörünün hızla gelişmesi, oyunlara duyulan ilgiyi de artırmaktadır. Sosyal, psikolojik, kültürel ve aynı zamanda biyolojik bir varlık olan insanın yapısında sosyalleşme ihtiyacı bulunmaktadır (Yavuzer, 1998). Teknolojinin gelişmesine bağlı olarak dijital hale gelen oyunlar, toplumda da bazı değişimlere ve hatta yeni bir tür yaratılmasına neden olmuştur. Bu yeni tür

içerisinde eğlence ve haz öne çıkmakta, toplumun geniş bir kesimi tarafından dijital oyunlar yoluyla, bu tatmin sağlanmaktadır (Aydın ve Horzum, 2015). Bu bağlamda dijital oyunlar, toplumun zamanının büyük çoğunluğunu harcadığı, sosyolojik ve psikolojik etkileri bulunan güncel bir konudur (Kostaş ve Kocaaslan, 2020).

Dijital oyunların zararları üzerine odaklanan pek çok çalışma bulunmaktadır. Bu zararlardan en önemlisi çevrimiçi çok oyunculu özellikleri sayesinde sosyal etkileşimin azalmasıdır. Aşırı oyun oynamak, gerçek hayattaki sosyal ilişkileri ve yüz yüze etkileşimleri olumsuz etkileyebilmektedir. Dijital bağımlılık, buna bağlı olarak gelişen fiziki rahatsızlıklar da diğer olumsuz etkilerin başında gelmektedir. Sosyal izolasyon, akademik gerileme, şiddet, siber zorbalık ve güvenlik tehdidi gibi konular da üzerinde odaklanılan diğer konuları oluşturmaktadır (İrmak ve Erdoğan, 2016; Griffiths, 2002; Bhagat, Jeong, Kim, 2020). Ayrıca çok uzun saatler oyun oynamak, bireylerin tüm önemli aktiviteleri göz ardı etmesine neden olabilmektedir.

Diğer yandan, dijital oyunların faydalarının olduğunu belirten araştırmacılar da bulunmaktadır. Dijital oyunların zararı konusunda yapılan bir çalışmaya göre, kontrollü bir biçimde oynanan dijital oyunlar zararsız ve duygusal rahatlatma başta olmak üzere pek çok olumlu katkıları bulunmaktadır (Green ve Bavelier, 2003: 535). Ayrıca, oyuncuların, sanal dünyalarda bir araya gelerek arkadaşlar edindiği, rekabet edebilme yeteneğini geliştirdiği belirtilmektedir. Ayrıca, dijital oyunların bireylerde hızlı düşünme yeteneklerine olumlu katkısı bulunduğu belirtilmektedir (Tüzün, 2006).

Bu çalışmada tüm bu araştırmalar derlenerek, dijital oyunların potansiyel faydalarını ve olası riskler analiz edilerek, gelecekteki araştırmalar için öneriler sunulmaktadır. Çalışmanın teknolojinin bilinçli ve dengeli bir şekilde kullanılması için topluma rehberlik edeceği düşünülmektedir.

YÖNTEM

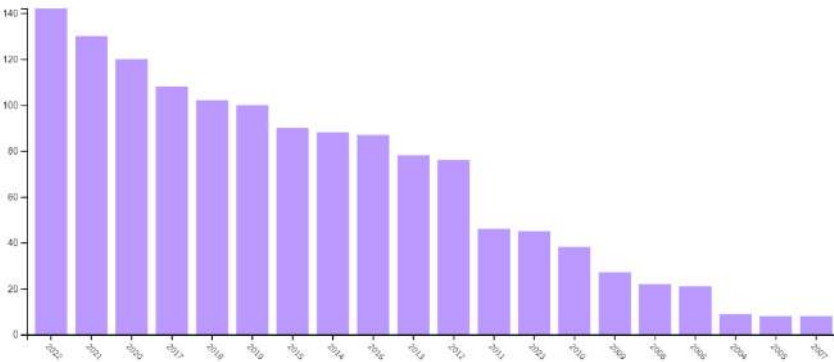
Bu makalede dijital oyunlar alanında yapılan tüm çalışmalardan yola çıkılarak, dijital oyunların yaygınlığı ile psikolojik ve sosyal etkilerini sınıflayabilmek ve derinlemesine anlamak amaçlanmaktadır. Bu nedenle, literatürde yer alan yayınları ve bu yayınlar arasındaki ilişkileri inceleyen istatistiksel bir yöntem olan bibliyometrik analiz tercih edilmiştir. Bilimsel araştırmaların şekli ve yaygınlığı hakkında bilgiler sunan bibliyometrik analiz ile araştırma konusu hakkında yapılan çalışmalar sistematik bir sınıflandırma imkanına kavuşarak, dijital oyunların etkileri hakkında daha kapsamlı bir anlayış sağlanması hedeflenmektedir. 1900'den günümüze kadar olan yayınları içeren WoS, en güvenilir ve en yüksek kalite standardında hizmet sunan bilimsel

araştırma veri tabanlarından biri olarak kabul edilmektedir (Gaviria-Marin et al., 2019; Li & Hale, 2016). Web of Science (WoS) veri tabanından "online game" or "digital game" or "digital addiction" konusunda yayınlanan "article" or "review article" olan akademik çalışmalar incelenmiştir. Bir başka kısıt olarak, dil seçeneği uygulanmıştır. Ortak bilim dili olarak kabul edilmesi ve yaygınlığı nedeniyle makalelerin dilinin İngilizce olarak yayımlanmış olması belirlenmiştir. Ayrıca, analizler yapılırken SCI-Expanded, SSCI ve ESCI indeksleri dikkate alınmış, diğer indeksler çalışmaya dahil edilmemiştir. Çalışmada amaca uygun olarak belirlenen kelimeler ile tarama yapıldığında ilk makaleye 2004 yılında rastlanmıştır. Bu nedenle araştırma 2004-2023 yılları arasında kaleme alınmış ve yukarıda belirtilen mantıksal sınıma ve filtreleme sonucunda elde edilmiş toplam 1345 makale üzerinde yapılmıştır. Elde edilen çalışmalar tek bir veri seti haline getirilerek kullanılmıştır. Bu nedenle tekrar eden yayın bulunmamaktadır.

BULGULAR

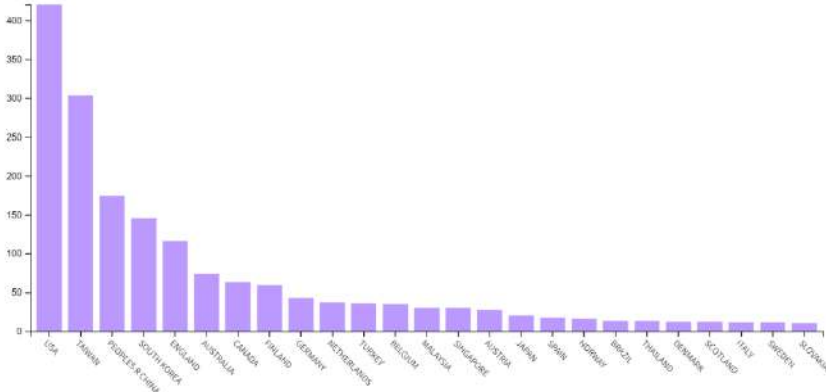
Çalışmada kullanılan veriler, bilimsel yayınların dağıtımı için en yaygın kullanılan veri tabanlarından biri olan ve birçok bibliyografik çalışma için veri kaynağı oluşturan Web of Science (WoS) veri tabanından elde edilmiştir. Çalışmanın bu bölümünde "online game" or "digital game" or "digital addiction" ile ilgili araştırma kısıtları dikkate alınarak veri setinde yer alan makalelerin sayısal ve kavramsal değerlendirmelerine yer verilmektedir.

Araştırma konusuyla ilgili gelişmeleri anlayabilmek için, yıllar içindeki gelişimini görebilmek önemlidir. Bu nedenle çalışmada öncelikle dijital oyunlarla ilgili yayınların yıllar bazında yoğunluklarına değinilmiştir.



Şekil 1:Dijital Oyunlar Alanındaki Yayınların Yıllara Göre Dağılımı

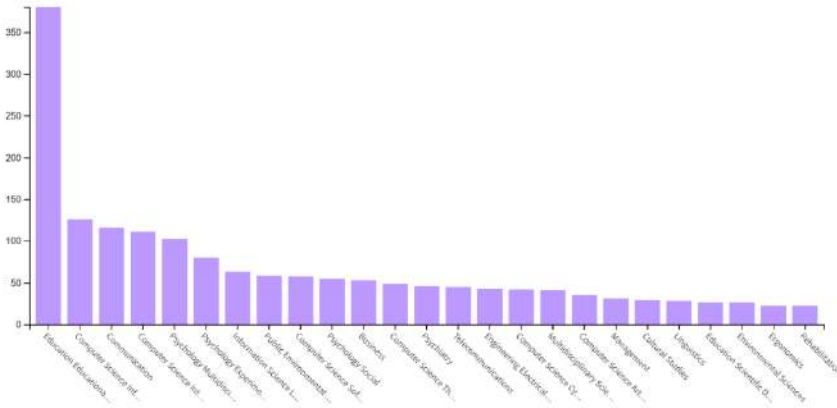
Araştırma konusuyla ilgili akademik çalışmalar irdelendiğinde ilk makalenin 2004 yılında kaleme alındığı görülmektedir. Yıllar içerisinde konuyla ilgili yayın artışı Şekil-1’de rahatlıkla gözlenebilmektedir. Yıllar içindeki yayın yoğunluğuna bakıldığında ise 2004 yılında 9, 2005 yılında 8, 2006 yılında 21, 2007 yılında bir yıl öncesine kıyasla biraz düşüşle 8 yayın kaleme alındığı görülmektedir. İzleyen yıllarda ise araştırma konusu alanla ilgili küçük istisnalar olmakla birlikte düzenli bir yayın artışı olduğu görülmektedir. Bunun sebebinin de teknolojiye gelişmelerle birlikte online oyun sektörünün gelişmesi olduğu ve bunun da akademiye yansıdığı düşünülmektedir. Verilere bakıldığında en çok yayının 2020 (120), 2021 (130), 2022 yılında ise 140 olduğu görülmekte, bu artış üzerinde de oyun sektörünün gelişmesinin yanında Covid-19 pandemisi nedeniyle evde geçirilen zamanın etkisinin olduğu ön görülmektedir. Araştırmalarda, daha önce hiç dijital oyun oynamamış bireylerin bile pandemi sürecinde dijital oyunlara yöneldiğini vurgulanmaktadır (Gaming Turkey, 2020, s. 12).



Şekil 2: Dijital Oyunlar Alanındaki Yayınların Ülkelere Göre Dağılımı

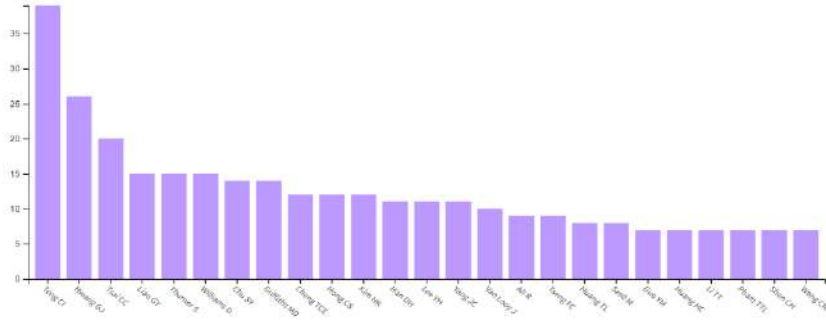
Analiz sonuçlarına bakıldığında, en çok yayının 420 yayınlı Amerika Birleşik Devletleri’nde yapıldığı görülmektedir. Uluslararası Yönetim Geliştirme Enstitüsü’nün (IMD) 2021 yılı için hazırladığı Dijital Rekabet Gücü Endeksi’nde ABD ilk sırada yer almaktadır. ABD’nin bir ülkenin yeni teknolojileri anlama ve öğrenme kapasitesi, teknoloji ortamı ve gelecekteki gelişmelere hazır olma performansının ölçüldüğü araştırmada üst sıralarda yer alması dijital oyunlar konusundaki hassasiyeti de açıklar niteliktedir. ABD’yi sırasıyla; 303 yayınlı Tayvan, 174 yayınlı Çin, 145 yayınlı Güney Kore ve 116 yayınlı İngiltere takip etmektedir. Yayın konusunda üst sıralarda yer alan ülkelere bakıldığında dijital gelişmişliklerinin yanı sıra dijital oyun sektöründe de önde gelen ülkeler oldu söylenebilir. Diğer yandan bu sıralamada Türkiye ise 36 yayınlı 11. Sırada yer

almaktadır. Bu da Türkiye'nin bu alanda gelişme katdetmesi gerektiğini göstermektedir. Orta Doğu Teknik Üniversitesi ve Hacettepe Üniversitesi gibi farklı üniversiteler de dijital oyunlar konusunda akademik çalışma yapılacak alanların yaygınlaştırılması bu alandaki akademik yayınların sayısı üzerinde de olumlu etkiye bulunacaktır.



Şekil 3: Dijital Oyunlar Alanındaki Yayınların Alansal Dağılımı

Uygulanan kısıtlar sonucunda ortaya çıkan yayınların konularına göre yoğunlukları yukarıdaki tabloda gösterilmektedir. Bu tabloya göre yapılan akademik çalışmaların 380'i "Eğitim ve Eğitim Araştırmaları" alanında, 126'sı "Bilgisayar Bilimi ve Bilgi Sistemleri" alanında, 116'sı "İletişim" alanında, 111 tanesi "Bilgisayar Bilimi ve Disiplinlerarası Uygulamalar" alanında, 102 tanesi de "Psikoloji ve Multidisipliner" alanda yapılmıştır. Alanla ilgili araştırmaların yayınlandığı dergilerin performansına bakıldığında, söz konusu yayınların araştırmacılara hangi dergilerde ve alanlarda daha fazla yayın yapması noktasında fikir vermesi açısından da önemlidir.

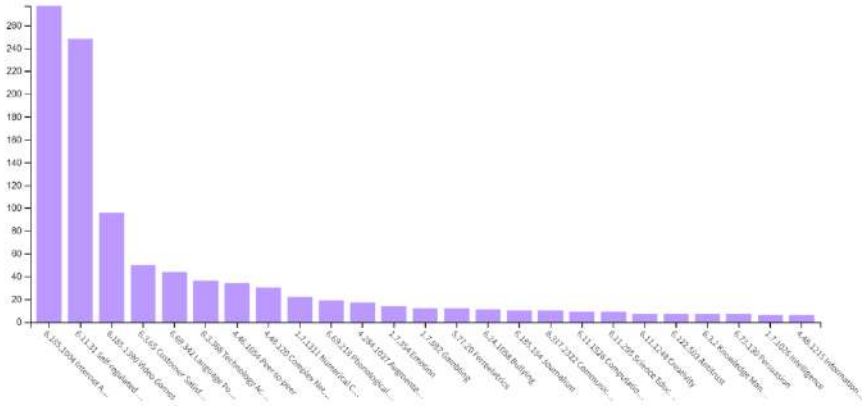


Şekil 4: Dijital Oyunlar Alanında En Çok Yayın Yapan Yazarlar

Araştırma konusuyla ilgili en çok çalışma yapmış yazarları görebilmek için yapılan analize bakıldığında; “Teng, Ching” (Taiwan) 39 yayınlı ilk sırada yer almaktadır. Onu 26 yayınlı “Hwang, Gwo-Jen” (Taiwan), takip etmekte. Bu yazarları 15’er yayınlı “Thurner, Stefan” (Austria), “Liao, Gen-Yih” (Taiwan), “Tsai, Cheng Che” (USA) izlemektedir.

En çok yayın yapan yazarlar analiz edilirken araştırma kısıtları doğrultusunda listelenen yazarlar olduğunu tekrar vurgulamakta yarar olacaktır. Bu doğrultuda analizlere bakıldığında ilk sırada 39 yayınlı Teng, Ching (Tayvan) gelmektedir. İkinci sırada 26 yayınlı Hwang, Gwo-Jen (Tayvan) üçüncü sırada ise 21 yayınlı Tsai CC (Japonya) gelmektedir. Bu alanda yayın yapan yazarlar arasında bir Türk yazar da yer almaktadır. Dijital oyunlar alanında 6 yayınlı alana katkı sunan İbrahim Furkan İnce, Güney Kore’de Kyung Sung Üniversitesi’nde görev yapmaktadır.

Araştırmada alanda en çok yayın yapılan ülkeler sıralandığında ilk sırada ABD gelmekteyken yine aynı alanda en verimli yazarlar sıralandığında bu yazarların Tayvan ve Japonya’dan olduğu görülmektedir. Bu da ABD’de alanda araştırma yapan yazarların nicelik olarak çok olmakla birlikte, aynı konuya odaklanma konusunda yetersiz kaldığı şeklinde değerlendirilmektedir.



Şekil 5: Dijital Oyunlar Alanında Yapılan Akademik Çalışmaların Alıntı Konuları

Dijital oyunlar konusunun birçok disiplini doğrudan ilgilendiren bir konu olması sebebiyle Şekil 5’te de görüldüğü gibi araştırmacılar tarafından konunun birçok boyutuyla irdelendiği görülmektedir. Araştırma konusu kapsamında en çok alıntı yapılan konular listelenmektedir. Bu analiz sonucunda sırasıyla “İnternet Bağımlılığı”, “Öz Düzenlemeli Öğrenme”, “Video Oyunlar”, ilk üç sırayı oluşturmaktadır. İnternet bağımlılığı, Young (1996) tarafından birey için internet kullanım isteğine karşı durulamaması, internetsiz geçirilen zamanın önem arz etmemesi ve bireyin internetten uzak kaldığında diğer tüm bağımlılıklarda olduğu gibi yoksunluk belirtileri göstermesi şeklinde tanımlanmaktadır. Her yıl 230 ülkede insanların çevrimiçi davranışlarına ilişkin küresel raporlar hazırlayan We Are Social, küresel internet kullanıcılarının, 2022’nin başında 4,95 milyara yükseldiğini ve internetin nüfuz ettiği oranın toplam dünya nüfusunun yüzde 62,5’ini oluşturduğunu raporlamaktadır. Bu da araştırmalarda yoğunlukla neden “internet bağımlılığı”nın araştırıldığını açıklar niteliktedir.

Tablo 1-: Dijital Oyunlarla İlgili En Çok Alıntılanan 10 Makale

	Yazar (Lar)	Yayın Başlığı	Yıl	Kategori	Yıllık Ortalama Atıf	Toplam Atıf	Yayımcı
1	Cooper, S; Khatib, F; (...); Players, F	Predicting Protein Structures With A Multiplayer Online Game	2010	Multidisipliner Bilimler/Scie	51.5	721	Nature Portfolio/ İngiltere
2	Szell, M; Lambiotte, R and Thurner, S	Multirelational organization of large-scale social networks in an online world	2010	Multidisipliner Bilimler/Scie	41.5	581	Natl Acad Sciences / ABD
3	Williams, D; Yee, N and Caplan, SE	Who plays, how much, and why? Debunking the stereotypical gamer profile	2008	İletişim/Ssci	23.69	379	Oxford Univ Press Inc /İngiltere
4	Kim, EJ; Namkoong, K; (...); Kim, SJ	The relationship between online game addiction and aggression, self-control and narcissistic personality traits	2008	Psikiyatri/Scie	23	368	Cambridge Univ Press/ İngiltere
5	Yee, N; Bailenson, JN and Ducheneaut, N	The Proteus Effect Implications of Transformed Digital Self-Representation on Online and Offline Behavior	2009	İletişim/Ssci	24	360	Sage Publications Inc / ABD
6	Goni, J; van den Heuvel, MP; (...); Sporns, O	Resting-brain functional connectivity predicted by analytic measures of network communication	2014	Multidisipliner / Scie	34.9	349	Natl Acad Sciences /ABD

7	Hamari, J and Sjoblom, M	What is eSports and why do people watch it?	2017	Business / Ssci	48.43	339	Emerald Group Publishing Ltd / İngiltere
8	Hwang, GJ; Yang, LH and Wang, SY	A concept map-embedded educational computer game for improving students' learning performance in natural science courses	2013	Sosyoloji, Multidisipliner / Ssci Psychology, Experimental / Ssci	27.82	306	Pergamon-Elsevier Science Ltdregion/ABD
9	Hsu, CL and Lu, HP	Consumer behavior in online game communities: A motivational factor perspective	2007	Psikoloji, Multidisipliner / Ssci / Psychology, Experimental - Ssci	17.12	291	Pergamon-Elsevier Science Ltd / ABD
10	Khatib, F; Cooper, S; (...); Baker, D	Algorithm discovery by protein folding game players	2011	Multidisipliner Bilimler - Scie	22.15	288	Natl Acad Sciences / ABD

Hollanda’da yayınlanan Bilimsel Araştırmaların Değerlendirilmesi Protokolü’ne (2014) göre bir araştırmanın niteliği ve altyapısı ile araştırma için geliştirilen ölçme araçlarının yanında, araştırmanın bilimsel bilgi kaynağına yaptığı katkıyla değerlendirilmekte, değerlendirmenin evrensel ölçütleri de araştırmanın sürdürülebilirliği ve topluma uygunluğu olarak nitelendirilmektedir. Diğer yandan Pierson (2004) ve Turcotte, Drolet & Girard (2004) tarafından yapılan çalışmalarda ise bilimsel bir araştırmada sorunun iyi tanımlanmaması, çalışma konusunun özgün olmaması, hipotezin doğru kurulamaması, uygulamadaki karşılığının net olmaması, yöntem ya da ölçme araçlarının uygunsuzluğu gibi nedenlerin çalışmanın etkinliği önündeki engeller olarak ortaya konulmaktadırlar.

En çok alıntı yapılan 3 makalenin konusu incelendiğinde, ilk sırada yer alan Cooper ve diğerlerinin çalışmasının, etkileşimli çok oyunculu oyunlar aracılığıyla insanın görsel problem çözme ve strateji geliştirme yeteneklerinin

geleneksel hesaplamalı algoritmalarla entegrasyonuna ve hesaplama açısından sınırlı bilimsel problemleri çözmek için güçlü ve yeni yaklaşımlar geliştirmeye odaklandığı görülmektedir. Yazarlar amaçlarına ulaşmak için çalışma sürecinde Foldit isimli çevrimiçi bir bulmaca video oyunu tasarlayarak uygulamaya koymuşlar ve uygulanabilir sonuçlar elde etmişlerdir.

Szell ve diğerlerinin çalışmasına bakıldığında çevrimiçi ortamlarda bireylerin etkileşimlerinin çok boyutlu doğasına odaklandığı görülmektedir. Bunu yaparken de yaklaşık 300.000 oyuncudan oluşan büyük bir kitle üzerinde araştırmalarını yürütmüşlerdir.

Williams ve diğerleri ise büyük bir sanal dünya operatörünün iş birliğiyle anket ve davranışsal verilerin bir kombinasyonunu toplayan ilk çalışmaya imza atmışlardır. Çalışmada hem çok oyunculu çevrimiçi oyununun oyuncularının çevrimdışı özellikleri, motivasyonları, fiziksel ve zihinsel sağlıkları hakkında anket yapılmış, ardından bu veriler katılımcıların gerçek oyun içi oynama davranışlarına ilişkin verilerle birleştirilmiştir.

Bu bakımdan çok atıf alan yazarların yayınları incelendiğinde bahsedilen olumlu niteliklere uygun oldukları görülmektedir. Araştırmada öne çıkan ve etki oranı yüksek çalışmaların alanda öncü, farklı yaklaşımları benimseyen, araştırma verisi bakımından tatmin edici, araştırma yöntemi ve tekniği bakımında fark yaratan çalışmalar olduğu söylenebilir.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Son yıllarda dijital oyunlara ilginin artmasına paralel olarak, dijital oyunlar ile ilgili yapılan çalışmalar da artış göstermiştir. Teknolojik, ekonomik, sosyo-kültürel ve bireysel birçok etkileri olması sebebiyle dijital oyunlar sosyal ve beşeri bilimler, mühendislik, sağlık, eğitim bilimleri gibi birçok bilim dalının dikkat çeken konuları arasına girmiştir. Bu çalışmada ise dijital oyunların yaygınlığı ile psikolojik ve sosyal etkileri sınıflandırılmış ve bu etkiler açıklanmaya çalışılmaktadır.

Çalışmada çalışmadaki tüm veriler Web of Science (WoS) veri tabanından elde edilmiştir. Dijital oyunlar alanında yapılmış çalışmalar analiz edilirken öncelikli olarak, yıllara göre, yapıldığı ülkelere göre, konularına göre, yazarlarına göre, alıntı yapılan konularına göre bir sınıflama yapılmıştır. Araştırma 2004-2023 yılları arasında kaleme alınmış ve belli bir mantıksal sınama ve filtreleme sonucunda elde edilmiş toplam 1345 makale üzerinde yapılmıştır. Elde edilen çalışmalar tek bir veri seti haline getirilerek kullanılmıştır. Bu nedenle tekrar eden yayın bulunmamaktadır.

Bibliyometrik analizde de görülmektedir ki, bu alanda yapılan ilk çalışma 2004c yılında yayınlanmış, yıllar içerisinde yayın sayısında artış olmuştur.

Teknolojinin gelişmesi ve çok daha fazla seçenek sunması bunun en başat nedeni olarak görülmektedir. Diğer yandan, kullanıcıların ekran sürelerinin artması ve dijital oyunlara ilginin artması, bu alandaki çalışmaların artmasının zeminini oluşturmaktadır. Pandemi sürecinin de etkisinin değerlendirildiği araştırmada, daha önce hiç dijital oyun oynamamış bireylerin bile bu süreçte dijital oyunlara yöneldiği bulgulanmıştır.

Analiz sonuçlarına bakıldığında en çok yayının 420 yayınla Amerika Birleşik Devletleri'nde yapıldığı görülmektedir. Türkiye ise 36 yayınla 11. Sırada yer almaktadır. Bu da Türkiye'nin bu alanda gelişme katdetmesi gerektiğini göstermektedir. Konularına göre dağılımın ise, internet bağımlılığı, öz düzenlemeli öğrenme, video oyunlar başlıkları altında toplandığını söylemek mümkündür.

Uygulanan kısıtlar sonucunda ortaya çıkan yayınların konularına bakıldığında ise, yayınların büyük bölümünün eğitim alanında olduğu, diğer çalışmaların ise bilgisayar, bilgi sistemleri ve psikoloji alanlarında multidisipliner bir yöntemle yapıldığı bulgulanmıştır. Yazarlara bakıldığında ise, en çok yayın yapan yazarların Tayvan ve Japonya'da yaşadığı görülmektedir.

Bu çalışma, son yıllarda dijital oyunların artan popülaritesiyle birlikte bu oyunlarla ilgili yapılan çalışmaların da arttığını ortaya koymaktadır. Dijital oyunların farklı bilim dallarında çeşitli etkileri olduğu görülmektedir. Teknolojik, ekonomik, sosyo-kültürel ve bireysel düzeydeki etkileri, dijital oyunların sosyal ve beşeri bilimler, mühendislik, sağlık ve eğitim bilimleri gibi disiplinlerde ilgi odağı olmasına neden olmaktadır. Dijital oyunların yaygınlığı ve geniş bir kitle tarafından kullanılması, bu oyunların insanların psikolojik ve sosyal yaşantıları üzerinde etkili olabileceği düşüncesini doğurmaktadır.

Bu çalışma, dijital oyunların psikolojik ve sosyal etkilerini sistematik bir şekilde inceleyerek, alandaki bilgi birikimine katkı sağlamanın yanında, çalışmanın kullanıcılarının bu etkileri daha iyi anlamaları ve potansiyel risklerden haberdar olmalarına katkı sağlayabileceği düşünülmektedir. Ayrıca çalışmada belirtilen bulgular ve açıklamaların, ilgili alanda yapılacak daha kapsamlı ve derinlemesine araştırmalar için temel oluşturabilir.

REFERANSLAR

- Aydın, F. ve Horzum, M.B. (2015). Öğretmenlerin Bilgisayar Oyun Bağımlılık Düzeylerini Yordayan Değişkenlerin İncelenmesi, *Online Journal Of Technology Addiction & Cyberbullying*, 2(1), 52-66
- A Global Examination Based On Bibliometric Analysis. *Technological Forecasting and Social Change*, 140, 194–220. <https://doi.org/10.1016/J.TECHFORE.2018.07.006>
- Bhagat, S., Jeong, E. J., Kim, D. J. (2020). The Role of Individuals' Need for Online Social Interactions and Interpersonal Incompetence in Digital Game Addiction. *International Journal of Human–Computer Interaction*, 36(5), 449-463.
- Bozkurt V. (2011). Değişen Dünyada Sosyoloji. Bursa: Ekin Yayınevi
- Green, C.S. ve Bavelier, D. (2003) Action video game modifies visual selective attention. *Nature* 423:534–537.
- Griffiths, M. D. (2002). “The Educational Benefits of Videogames. Education and Health”, 20(3), 47-51. Erişim adresi: <https://sheu.org.uk/sheux/EH/eh203mg.pdf>.
- Gaviria-Marin, M., Merigó, J. M., & Baier-Fuentes, H. (2019). Knowledge management: <https://tr.euronews.com/2021/11/13/turkiye-dijital-rekabette-diger-ulkelere-gore-ne-durumda>
- Gaming Turkey. (2020). Türkiye Oyun Sektörü Raporu. *Gaming in Turkey*.
- Irmak, A.Y. ve Erdoğan, S. (2016). Ergen ve Genç Erişkinlerde Dijital Oyun Bağımlılığı: Güncel Bir Bakış, *Türk Psikiyatri Dergisi*, 27(2):128-37.
- Kostak, E.A. ve Kocaaslan, E.N. (2020). Hastanede Yatarak Tedavi Gören 6-12 Yaş Çocuklarda Bilgisayar Oyunları Bağımlılık Düzeyleri, *Koç Üniversitesi Hemşirelikte Eğitim ve Araştırma Dergisi*, 17(3), 231-7
- Pierson, D. J. (2004). The top 10 reasons why manuscripts are not accepted for publication. *Respiratory Care*, 49(10), 1246-1252.
- Standard Evaluation Protocol 2015-2021: Protocol for research assessments in the Netherlands. (2014). Amsterdam: VSNU, NWO & KNAW.
- Timisi, N. (2003). Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi, Ankara: Dost Kitabevi.
- Tüzün, H. (2006, 21-23 Aralık). Bilgisayar Oyunlarının Yararları ve Zararları. X1. Türkiye'de İnternet Konferansı, TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi, Ankara.
- Erişim Adresi: http://www.emo.org.tr/genel/bizden_detay.php?kod=51039&tipi=2&sube=0

Turcotte, C.; Drolet, P. ve Girard, M. (2004) Turcotte C, Drolet P, Girard M. Study design, originality and overall consistency influence acceptance or rejection of manuscripts submitted to the Journal. *Can J Anaesth*, 51(6), 549-556.

Webofscience.com/wos/author/search

Yavuzer, H. (2000). *Okul Çağı Çocuğu* (4. Basım). İstanbul: Remzi Kitabevi.

Yiğit Açıkgöz, F. ve Yalman, A. (2018). Dijital Oyunların Çocukların Kişilik ve Davranışları Üzerinde Etkisi: Gta 5 Oyunu Örneği . *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi Özel Sayısı*, 163-180. DOI: 10.31123/akil.454283.

YOUNG, K.S. (1996a). "Psychology of Computer Use: XL. Addictive Use of the Internet: A Case that Breaks the Stereotype". *Psychological Reports*, 79, 899-902.

96. Bölüm

Kentten Göç ve “Müşterek Mekân”ın Dönüşümü

Emin YİĞİT ¹

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi, Sosyoloji Bölümü, yigitemin@yahoo.com. ORCID No: 0000-0002-1199-6988

Özet

Son derece karmaşık bir olgu olan göç, varış noktasındaki mekân üzerinden anlaşılmaya çalışıldığında ilişkisel bir şekilde birbiriyle ilintili pek çok gerçekliliğin parçasıdır ve özellikle mekândaki karşılaşmaların hem çevreyi hem de sosyallikleri belirlemede önemi çok büyüktür. Göç neticesinde farklılıklar taşıyan gurupların varış noktasında karşılaşması, mekân üzerinden çelişkileri de göz önüne sermektedir. Bu bağlamda kamusal alana katıl(a)bilme, çelişkileri anlama adına önemlidir. Çünkü tüm toplumsal kesimlerin katılımına fırsat sağlayacak bir şekilde eşitlikçi bir anlayışla oluşturulduğu iddiasıyla var olan kamusal alana, kent yoksulları ve dezavantajlı guruplar gereği gibi dâhil olamamaktadırlar. Mekânın müşterek kullanımını ve mekânda müşterekleşmeyi engelleyen bu durum, kapitalist üretim ilişkileri üzerinden şekillenen kentin doğasında mevcuttur. Kentsel mekâna gereği gibi dâhil olamayanlar sadece kent yoksulları ve dezavantajlılar olarak düşünülse de yeterli ekonomik fırsatlara sahip olmalarına rağmen yoğun, rekabetçi ve sürekli girişime dayalı iş tempoları nedeniyle yeni orta sınıfların da kentsel mekânla ilişkileri zayıftır. Bunun yanında yoğun trafik, gürültü, çevre kirliliği ve kentsel riskler yeni orta sınıfların anakentin çevresindeki kırsal bölgelere göç edip, oralara yerleşmelerini ve işe de yeni yerleşim alanlarından gidiş-geliş yapmalarını beraberinde getirmiştir. Urla ve çevresindeki kırsal mahalleler son yıllarda böyle bir göçün çekim merkezi olmuştur. Bu çalışma için önemli olan ise mekânın ‘sahibi’ olan köylü yerleşikler ile mekâna yeni yerleşen kentlilerin ilişkilene biçimleridir. Bu ilişkilene biçimi Urla’nın kırsal mahallesinde yerleşik (köylü yerleşik) olan yirmi iki katılımcıyla yapılan derinlemesine mülakatlar üzerinden irdelenmiştir. Çalışmada, kırsala yerleşen yeni orta sınıfların köylü yerleşiklerle ve kırsal çevreyle ilişkilene biçimleri “müşterek mekân” üzerinden irdelenmiş ve köylü yerleşiklerin gözünden anlaşılmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Göç, Kır, Kamusal Alan, Müşterek Mekân

1. Giriş

En genel ifadesiyle insanların bir mekândan bir başka mekâna doğru hareketini ifade eden göç karmaşık bir olgudur. Durağanlıktan öte süreç üzerinden anlaşılmaya çalışması, zamana ve mekâna ilişkin dinamiklerin devrede olması, göç çalışmalarında bir biriyle ilintili birçok gerçeğin dikkate alınmasını gerektirmektedir. Ek olarak göç, göç alan ve göç veren yerleşim birimlerinin sosyo-ekonomik özellikleri ve bu yerleşim birimlerinde göçe bağlı olarak ortaya çıkan sosyolojik gerçeğin neden-sonuç ilişkisi üzerinden anlaşılmasını da gerektirmektedir. Dolayısıyla insanlar, ekonomik ve toplumsal dönüşümlerin bir sonucu olarak göçe katıldıkları gibi varış noktasında da ekonomik ve toplumsal bir takım dönüşümlere neden olmaktadır. Son kertede göç, mekânsal bir olgu olması nedeniyle özellikle varış noktasındaki hem mekânın üretiminde hem de mekândaki sosyalliklerin üretiminde belirleyicidir. Bu belirleyicilik ise tek taraflı değildir.

Nitelikleri itibariyle farklılıklar taşıyan insanların göçe bağlı olarak varış noktasında aynı mekânda karşılaşmaları, mekânın kullanımına ilişkin çelişkileri de üretmektedir. Tüm toplumsal kesimlerin ortak yararına olacak ve böylelikle herkesin eşit bir şekilde erişebileceği mekânları yaratma iddiasında olan kamusal alan, bu çelişkileri giderme adına kentsel mekânı düzenlemede çok önemli bir noktada durmaktadır. Çünkü çelişkisizlik arayışında olan modernitenin mekân anlayışı tüm toplumsal kesimlerin ortak yararına düzenlenmiş ve herkesçe ulaşılabilir ‘kamusallık’ anlayışı üzerine temellenmiştir. Ancak hem kapitalist üretim ilişkilerinin mekânda yarattığı eşitsizlikler hem de modernitenin katı planlamacı doğası, kamusal alana ilişkin “eşitlik” anlayışını zedelemektedir. Oysa kamusal alan, müşterekleşme üzerinden kurulmalıdır ve kentsel mekânı deneyimlemede, müşterekleşme pratikleri belirleyici olmalıdır. Kapitalist üretim ilişkileri ve neoliberalizmin yarattığı eşitsizlik ve tekinsiz ortam, sadece kent yoksulları ve alt sınıflar için değil tüm kesimler için ‘kamusallığı’ bozmaktadır. Nitekim neoliberal üretim ilişkilerinin rekabete dayalı yıkıcı karakteri olan hız, akışkanlık ve rekabet edebilme üzerinden çalışma yaşamı belirlenirken, yeni orta sınıflardan kendilerini bu süreçlere uyarlamaları beklenmektedir. Yoğun çalışma temposuna, gürültü, kirlilik, kentin ürettiği riskler ve trafik gibi faktörler eklenince, sermayenin beklentilerine uygun niteliklere sahip bu sınıflar, anakentin çevresine doğru göç edip yaşam alanlarını oralarda oluşturmaktadırlar. Dolayısıyla anakentin kırsalına doğru bir göç sürecinden bahsetmek mümkündür. Ancak bu da yeni orta sınıfların kırsal mekâna müdahalesini beraberinde getirmektedir.

Türkiye’deki göç çalışmalarında, 1960 sonrası Batı Avrupa’ya işçi göçü; son dönemde ise Türkiye’ye Orta Doğu ve Asya coğrafyasından olan göçler

akademik çevrelerde tartışılrsa da asıl odaklanılan nokta, 1950 sonrasında kırdan kente göç hareketi ve bu göçün özellikle kentlerde yarattığı mekânsal, sosyo-ekonomik ve siyasal dönüşümlerdir. Nitekim bu alanın en önemli ismi olan Tekeli (2008), 1961’de kent planlaması yüksek lisansına başladığında kentlerin, kırdan göç eden büyük kitlelerin hareketi nedeniyle baskı altında olmasını bu alanda akademik çalışma yapmasının gerekçesi olarak göstermektedir. Ancak bu çalışma ise Türkiye’deki iç göç hareketlerinin bir başka boyutuna odaklanmaktadır.

Kapitalist üretim ilişkilerinin yorucu temposundan ve kentin boğucu yoğunluğundan kaçarak kıra göç eden ve orada konutlaşıp sadece çalışmak için kente gelen yeni orta sınıfların, kırsal mekân üzerine yaptığı etkiyi ve bunun köylü yerleşiklerle ilişkilenme biçimini sorgulayan bu çalışma, kırsalın kendine içkin üretim ilişkilerine bağlı olarak ortaya çıkan “müşterek mekâna” yine bu sınıfların müdahalesini tartışmayı amaçlamaktadır. Böyle bir amaçtan hareketle özellikle yeni orta sınıfların kıra göçüne odaklanan bu çalışmanın sahası, İzmir’in Urla ilçesine bağlı Ovacık Köyü’ndeki yirmi iki katılımcı ile derinlemesine mülakat tekniği kullanılarak yapılmıştır. Çalışmaya elli beş yaş üstü olan ve köyde yerleşik yaşayan kadın ve erkekler dâhil edilmiştir. Hem kadim kır kültürünü iyi bilmeleri ve bu kültüre içkinleşmeleri hem de piyasanın dinamiklerinden haberdar olmaları katılımcı yaş gurubunun belirlenmesinde önemli olmuştur. Yapılan mülakatlar, katılımcıların onayı ile kaydedilmiş ve dökümantize edilerek irdelenmiştir. Sahadan gelen veriler bu çalışmada “Metastaz: Yeni Orta Sınıfların Kıra Sirayeti ve ‘Müşterek Mekân’” teması altında tartışılmıştır.

2. Kavram Olarak Göç ve Mekân

Son derece kompleks bir olgu olarak göç, insanlık tarihi kadar eskidir ve tarihsel gerçekliğin pek çok parçası da göç üzerinden açıklanarak tamamlanmaya çalışılır. Çoğunlukla “insanın bir yerden bir başka yere doğru kalıcı ya da yarı kalıcı olarak yer değiştirmesini” (Lee, 1969) ifade eden göç, modern toplumlarla birlikte insanlığın kesintisiz ve ayrılmaz bir parçası olarak bir yaşam biçimi halini almıştır (Bauman, 2015). Dolayısıyla toplumsal dinamikler üzerinden başka yerelliklerle ve toplumsal süreçlerle ilgili olan göç, (Massey, 1994) yeni bir mekâna ve toplumsallıklara adapte olma sürecini ifade ederken, göç edenlerin kararlarını çoklu dinamikler üzerinden oluşturdukları (Markley, 2011) unutulmamalıdır. Dolayısıyla göç kararı, hem kalkış noktasının koşulları hem de varış noktasının koşulları üzerinden son derece ilişkisel alınmaktadır. Göç edeceklerin ekonomik durumları ve geleceğe ilişkin yaşam beklentileri, kalkış noktasının koşulları, varış noktasının sosyal ve mekânsal dinamikleri onların

ilişkisel düşünme süreçlerini belirleyen kriterlerdir. Tekeli (1975) bu ilişkisel kriterleri sosyal sistem ve kişi açısından iki temel ölçüte indirirken, sistemin talebi ve kişini göç kararını etkileyen faktörlere ek olarak çevre şartlarını da göç kararında belirleyici unsur olarak açıklamıştır. Ancak vurgulanması gereken en önemli noktalardan birisi, göçün bir zihinsel kopuşu da içermesidir (Blanchot, 1999). Bu anlamda edinilmiş yaşam deneyimlerinden kopma durumunu da içeren göç, kalkış noktası ile sadece fiziksel bağların koparılmasını değil aynı zamanda -genel geçer olmamakla birlikte- zihinsel bağların da koparılması anlamına gelmektedir. Buna rağmen ister fiziksel ister zihinsel kopuşu içerimlesin, en temelde mekânsal bir yer değişikliğini özünde barındıran göçte, kalkış noktasından bireyleri iten faktörler ekonomik, politik ya da çevresel problemler olabilir (Nail, 2002). Bununla birlikte varış noktasındaki yaşam alanlarına dair dışlanma, içerme ve aidiyet, yerellikler, kültürel/sınıfsal farklılıklar ve benzerlikler gibi birçok faktör de (Vervotec, 2001) varış noktasındaki yaşam üzerinde belirleyicidir. Çünkü göç, kırılmalık yaratıp, toplumsal ilişkileri zorlayarak koparabilir ve ya tersine bir şekilde güçlendirebilir de (Faist, 2003).

Unutulmaması gereken bir başka gerçeklik ise göç edenlerin varış noktasındaki sosyal etkileşimlerinin mekânda ve mekân aracılığıyla gerçekleşmesidir. Bu anlamda göç edenlerin yerleşiklerle kurdukları ya da kurabilecekleri ilişkiler ağı kadar mekân da önemlidir. Çünkü sosyal faaliyetlerle etkileşimler ve mekân birbirine bağlı iken sosyal etkileşimlerin gerçekleştirilmesi için mekân kullanılmakta ve bu etkileşimler mekânı da yeniden üretmektedir (Lefebvre, 2016). Başka bir anlatımla mekân, gündelikliğin rutini içinde, ilişkisel örüntüler ve sosyal dinamiklerin birleşimiyle tüm failer tarafından yeniden üretilir. Dolayısıyla göçe katılanların varış mekânıyla ilişkilenme biçimlerinde gündelik hayatın çok boyutlu “akışkan, değişken ve kırılmalık” (Gardiner, 2016:21) yapısı tayin edici durumdadır. Farklı özelliklere sahip grupları aynı mekânda karşılaştıran göç, farklı grupların etkileşimlerine fırsat yaratırken (Karpat, 2013) bu durum, mekânın yeniden üretimi yanında, yeni sosyalliklerin inşasına da sebebiyet vermektedir. Çünkü mekânın var olan sosyo-ekonomik ve kültürel dinamiklerine hem göçle gelenlerin hem de yerleşiklerin iletişim ve etkileşim örüntüleri doğrudan etki etmektedir. Göç son kertede, kendilerini mekânın asıl sahibi olarak gören yerleşikler ile göçle gelenlerin mekânsal organizasyon, mekânı yönetme ve kendi yaşantısına göre biçim verme mücadelesine neden olmaktadır. Bu mücadelenin içine mekânın tasarımına dair tasarruflar dâhil olduğunda mücadele daha da derinleşmektedir. Sürece dâhil olan tüm failer “geçicilik” ve “kalıcılık” dikotomisine takılmadan çoklu dinamiklerin bulunduğu alanda kendileri için “görelilik”ler yaratma çabasındadırlar.

3. Mekân, Kamusal ve Müsterekleşme

Mekânı, fiziksel, düşünsel ve sosyal boyutlarıyla tümleşik bir şekilde anlamaya ihtiyaç olduğunu ifade eden Lefebvre'ye (2016) göre her toplum ve her üretim tarzı kendi mekânını üretir. Dolayısıyla tüm tartışmaları ters yüz edercesine toplumun ortak faydasını imleyen ve bunları hayata geçirmeye yönelik, düşünce, ifade ve pratiklerin ortak sosyal eylemlilik alanı olarak kamusal alan, modern toplumsal yaşamın 'sivil' boyutunu ifade etmektedir. Çünkü kamu ve halk kavramları özdeşirler ve kamuya aitlik, halka ait olan anlamındadır. Modern toplumun ve modernitenin kentlerinin toplumun tüm kesimleri tarafından erişilebilir, herkesin ortak faydasına düzenlenmiş mekânlardan oluşan sosyal ve kültürel dokuları, kamusalılığı ifade etmektedir. Çünkü modernite projeksiyonu üzerinden insan aklının en yetkin ürünü olarak görülen kentlere göç edenlerin, kalkış noktası değerlerini geride bırakarak kente özgü değerlere göre standardize olacakları düşünülmektedir. Bu haliyle mükemmellik, netlik, kesinlik ve çelişkisizlik arayışında olan modern kentte, adalet ve eşitliği sağlayabilme idealize edilmektedir (Karakurt, 2006). Hal böyle olunca caddeler, sokaklar, spor alanları, parklar, meydanlar, alışveriş merkezleri vb. gibi donatılar 'kamusal' olduğu iddiasıyla kentsel yapının içindedirler. Fakat "kamusal alan" kent yoksulları üzerinden ve toplumsal sınıf bağlamında analiz edildiğinde bu alanların ne kadar "kamusal" olduğu üzerine tekrar düşünmekte fayda vardır. Çünkü alt gelir gruplarından olan yoksul bireyler, yoksullukla mücadele ederken kentin kamusal fırsatlarını da deneyimleyemezler (Auyero & Svistun, 2009). Özellikle bu durum göçle gelen kent yoksulları için çok belirgindir ve toplumsal eşitsizliğin göstergesi niteliğindedir.

Eşitsizlik, sanayi kapitalizmi ve modern kentin doğasında vardır. Çünkü feodal tarım toplumlarının sanayi kapitalizmine evrilme sürecinde sermaye kentlerde birikmiş ve güçlenen burjuvazi karar mekanizmalarında etkin hale gelmiştir (Habermas, 2010). Dolayısıyla modern kentsel dinamiklerin ve kapitalist üretim ilişkilerinin ürettiği hegemonik aklın gündelik pratiklere yansısıyla yaşam şekillenir hale gelmiştir. Böylelikle gündeliklik ve modernlik birbirini karşılıklı olarak imler, üretirek gizler ve meşrulaştırır. Kapitalist üretim ilişkilerinin ve modern kentleşmenin bürokratik yönlendirmeyle hegemonikleşen doğasının yarattığı kapatılma, aynı zamanda bir yabancılaşmadır. Bu haliyle modernitenin yabancılaştırıcı etkisi altındaki gündelik toplumsal pratiklerin üretimi yönü (Lefebvre, 1998) yaşamın tüm alanlarını belirlerken işgücü de dâhil olmak üzere her şey alınır satılır hale getirilir ve metalaşır. Hal böyle olunca kapitalist üretim ilişkilerinin aklı araçsallaştırmasına ek olarak toplumsal ve sınıfsal eşitsizliklere yol açan burjuva kamusalılığı, kamusal alana katılımın en önemli prensibi olan "eşitlik" ilkesini

yok etmektedir (Habermas, 2010). Gelineen noktada, neoliberal üretim ilişkilerinin derinleştirdiği eşitsizlikler, kamusal mekâna doğrudan yansırken, eşitsizliğin yarattığı, korkular, riskler, belirsizlikler alanda daha fazla kontrolü beraberinde getirmektedir. Ek olarak mekânın kapitalist üretim ilişkileri üzerinden üretimi, hegemonik ve otoriter bir biçimleniş ile sonuçlanmış ve kamusal alan ‘sivil’ olmaktan çıkmıştır. Çünkü hem kapitalist üretim ilişkilerinin yarattığı eşitsizlikler hem de modern kent tasarımının planlamacı doğası, toplumsalın daha geriye itilmesi anlamına gelmektedir. Oysa tekraren ifade etmek gerekirse kamusal alana katılımı en temel prensip ‘eşitlik’tir (Habermas, 2010). Dacheux’a (2012) göre, öznesi yurttaşlar olan kamusal alan, sermayeden bağımsız olmalı ve eşitlikçi bir akılla inşa edilmelidir. Ancak ortaklaşa olması gereken ve kamusal olarak nitelenen alanlar, otorite tarafından kamu adına idare edilirken, mekânın belirleniminde sivilliğin ve katılımın düzeyi son derece düşüktür. Oysa mekân, müşterek değerler (Stavrides, 2019) üzerine kurulmalıdır ve kamusal alanı “müşterekleşme” belirlemelidir. “Belirli kent mekânlarının müşterek mekânlar olarak yaratılması, paylaşılacak mal ve hizmetleri tanımlayan ve üreten müşterekleşme pratikleri sayesinde” (Stavrides, 2019: 16) gerçekleşebilir. Ancak bugünün neoliberal üretim ilişkilerinin daha da derinleştirdiği ayrıklaşma, eşitsizlik ve dışlama, kentsel alanlarda tekinsiz mekânlar üretmektedir. Dolayısıyla kamusal mekânda müşterekleşmemenin yarattığı tekinsizlik hali, kentsel mekânı sadece kentteki alt sınıflar için değil tüm toplumsal kesimler için müşterek olmaktan çıkarmaktadır. Özellikle neoliberal kentlerdeki çalışma yaşamının temposu ve kapitalist sermayenin tüm emekçi sınıfları kapsayan üretimi hegemonyası, müşterekleşmeye dair pratiklerin önünü tıkamaktadır. Çünkü uzun vade yok mottosundan hareket (Sennet, 2008) eden neoliberal üretim ilişkileri, bireylerin yaratıcı ve yırtıcı bir karaktere sahip olarak, risklere açık, rekabet koşullarına ise hazır hale gelmelerini talep etmektedir. Buna ek olarak formel yöntemlere daha az bağımlı olmaları yönündeki istem (Aytaç ve İlhan, 2008) emekçi kitleleri yormakta ve zorlamaktadır. Başka bir anlatımla kapitalist üretim ilişkileri temelinde üretilen bu kadar beklenti, emekçi özneleri fiziksel ve düşünsel anlamda yıpratmaktadır.

Sermaye, neoliberal küreselleşme sürecinin yaşandığı günümüzde yönetim ofisleri ve teknolojik alt yapısı uygun kentlerde konuşlanırken, küresel yönetimle uyumlu ve rekabet edebilmede yetkin bir çalışan yapısına sahip olmak istemektedir. Bu anlamda özellikle beyaz yakalı emekçileri kendilerini sürekli yenilemeleri noktasında zorlarken, bireylerde, hıza, ataklığa ve girişkenliğe, akışkanlığa uygun nitelikler aramaktadır. Bu vasıflara sahiplikleri oranında vazgeçilmez olan ve daha fazla sorumluluk alıp, karar süreçlerine daha çok dâhil olan bu bireyler, yeni orta sınıfları oluşturmaktadır. Eğitim, bilgi ve

becerinin yanında sermayenin talep ettiği niteliklere sahip bu sınıfın nüfus içindeki oranı hızlı bir şekilde büyümektedir (Keyder, 2013). Kapitalist çalışma yaşamından, kentin boğucu yoruculuğundan ve risklerinden uzaklaşmak isteyen yeni orta sınıflar, anakentin çevresine yerleşerek farklı bir göç sürecinin de başlatıcısı olmuşlardır. Ancak bu durum insan üretimi çevreyi kıra taşıyarak doğal çevredeki dengeyi bozmaktadır. Çünkü kentli bireylerin modern aklı, mekânı özelleştirerek dönüştürmeye yatkındır. Kentlerde ‘kamu’ adına planlanmış sokak ve caddeler, insanların ulaşımına aracı olurken, çevrilmiş/kapatılmış özel alana giriş ise kabul görmez. Oysa kırdaki sadece köy içi yerleşim alanlarında, çevrili/kapatılmış mekânlara rastlansa da geniş coğrafya da mekân genellikle göreceli olarak müşterekleşmiştir. Örneğin modern aklın planladığı, tarlaya giden bir yol yoktur. Nitekim Stavrides (2019) müşterekleşmenin, ortaklaştırılan ürünleri ve bundan doğan faydaları sadece kendi üyeleri için korumaya çalışan özel bir topluluğun sınırları içinde mümkün olabileceğini belirtmektedir. Dolayısıyla çitleme ve müşterekleşme, iki karşıt gurubun birbirinden kesin bir şekilde ayrışmasına karşılık gelir. Son noktada kıra göç, belki de “müşterekleşmenin çitlenmesi” anlamına gelmektedir

4. Sahanın Söyledikleri

4.1. Metastaz: Yeni Orta Sınıfların Kıra Sirayeti ve Müşterek Mekân

Burjuva kültürünün daha düşük beğenilerine yönelen ve sahip olduklarını, aldıkları eğitimin niteliğine borçlu olan kentli yeni orta sınıfların, toplumda yükselme iradelerinin yarattığı baskı ve çalışma tempoları, onlara birikimlerini harcayacak zaman bırakmamaktadır. Burjuva kökenli yaşam biçimine yaklaşma çabaları (Bourdieu, 2015) ve yoğun çalışma temposu onların daha steril alanlarda yaşam taleplerini de üretmektedir. Başka bir ifadeyle yeni orta sınıfların hız, çabukluk, akışkanlık gerektiren zamansız çalışma yaşamlarına ek olarak, bireysel alanlarının daralması, dinlenmelerine fırsat vermemektedir. Aynı zamanda kentin kaotik ortamına eklemlenen üst üste binmiş kesişim alanlarındaki karşılaşmalar, onların anakentten kentlerin hinterlandında var olan daha ‘yavaş’ ve daha ‘sakin’ yaşam alanlarına doğru -kaynak aktararak- göç etmelerini beraberinde getirmektedir. Hal böyle olunca mega kentlerin yakın çevrelerinde kırsalla iç içe oluşturdukları yaşam alanlarında hayat sürmeyi ve hatta işlerine bile buralardan gidip gelmeyi tercih edebilmektedirler. Bu tercihleri, onları köylü yerleşiklerle kırsalda karşılaştırmakta ve her iki taraf içinde bu karşılaşmanın sonuçları deneyimlenmektedir. Buna en net belge İZKA (2014) raporudur. Bu raporda, anakentten kıra doğru bir göç olduğu ve bu göç sürecinden yarımada bulunan Urla, Seferihisar, Güzelbahçe, Karaburun ve Çeşme ilçelerinin etkilendiği ifade edilmektedir. Çeşme otobanı ve bağlantı yollarıyla Adnan

Menderes Havalima'nın varlığı, Urla'yı son yıllarda çekim merkezi haline getirmiş ve kentten kıra göç, Urla'yı anakentle birleştirmiştir. Gelenen noktada Urla ve kırsalı, İzmir anakentten yoğun olarak göç almasına ek olarak, İstanbul ve farklı bölgelerden de nüfus çekmektedir. Gelenen noktada Urla ve kırsalında, anakentte çalışan ve kırdaki yerleşik olan kentliler de yaşamaktadır. Bu durum hem kır, hem de köylü yerleşikler için daha önce tanık olmadıkları bir yaşam biçimini de deneyimlenir kılmaktadır.

Son 5-10 yılda böyle oldu. Çok hızlı bir şekilde şirket yöneticileri, mühendisler, doktorlar, avukatlar buralardan yer alıp ev yapmaya başladılar. Arazi değer kazanmaya başladı çok. Satanlar var. Çünkü zaten gençler okuyup gitmişti buralardan. Belli bir yaştan üstündekiler kaldı. Onlarda yaşlanıp ilgilenemeyince satılıyor bazı yerler. (Erkek – 59 yaşında)

Biz satmadık. Satmayız da. Ama satan var mı? Var. Ben hala burada ürettiklerimle karnımı doyuruyorum. Çocuklarımın torunlarımın her şeyini yaparım. Bak hala salça almazlar, ben yaparım. Zeytinlerini, yağlarını ben veririm. Tarhanalarını yaparım. Ama bu çevreden yabancılara da yer satılıyor, satılmıyor değil. Adam İzmir'de yaşıyor. Parası var. Basıyor parayı alıyor. (Kadın – 61 yaşında)

Adama satma diyorsun ama dinlemiyor. Azıcık üstüne gittin mi 'köylünün malı para mı ediyor. Hadi canım sende' diyor. Satıyor şehirdeki çocuğuna ev alıyor ya da kiraya veriyor. (Erkek – 60 yaşında)

Aslında köylüler yerlerini satmama noktasında belirli oranda dirençliler. Ancak özellikle neoliberal tarım politikalarına bağlı olarak son yıllarda ürünün piyasada değersizleşmesi, köylü yerleşikleri düşünsel anlamda bir başka rasyonele evirmekte ve arazisinin bir bölümünü satmasına neden olmaktadır. Yine aynı politikalar neticesinde kır kökenli genç kuşakların tarımsal üretimde kalmaktansa kentsel sektörlerde çalışmayı yeğlemeleri; bağlı olarak atıl kalan arazilerin ve mülklerin rant değerlerinin de yükselmesi satış sürecini tetiklemektedir. Arazilerin satılma eğilimini güçlendiren bir başka nokta ise geleneksel olarak öztüketim için üretim yapan köylü yerleşiklerin günümüzde görece olarak pazar içinde üretim yapmaları, hem piyasa mekanizması ile tanışmalarını hem de kentsel sektörleri tanımalarını sağlamaktadır. Bernstein'ın (2010) "basit üretim sıkışması" ismini verdiği bu durumda pazar için üretim yapan köylülerin üretimleri görece olarak metalaşırken, piyasanın ürettiği duygu, düşünce ve akli da öğrenirler. Dolayısıyla bu durum onların kırsal üretim süreçlerine ilişkin pozisyonlarını sorgulamalarına neden olabilmektedir. Ancak

yine de köylülükten tamamıyla koptukları ve kırsala içkinliklerini yitirdikleri söylenemez. Belki de en önemli noktalardan birisi köylü yerleşiklerin kendilerine ait arazilerin tamamını satmamalarıdır.

Ben sattım ama zeytinliklerim duruyor. Onları satmam. Zeytini, yağımlı, unumu, sebzemi benim kendimendir. (...) Gene buradayım canım nereye gideyim. Biz yapamayız şehirde zaten. Hamurumuz burada yoğurulmuş bizim. Çocuklar gitti. İyi para verdiler tarlaya. Zaten malda para etmiyor. Bakma sen biz uğraşıp duruyoruz bu işlerle ama oğlan (erkek çocuğunu kast ediyor) sat dedi. Sattım ona ev aldım İzmir'den. (Erkek, 63)

Köylü yerleşiklerin pazar için üretim yapma süreçlerinde, kapitalist üretim ilişkilerinin ürettiği hegemonik akıl tarafından çevrelenip, sermaye tarafından baskılanarak “sermaye kapanına” (Özügurlu, 2011) düştükleri tartışmaları arasında -Hobsbawm (1996) ifadesiyle- köylülükleri tamamen ölmeyen köylü yerleşiklerin mutlak anlamda kırdan itilmeye niyetleri yok. Hatta bunu ‘yaşamsal’ kabul etmektedirler. Çünkü kuşaklar boyunca coğrafyalarına ve onun ürettiği kültüre imlenen köylü yerleşiklerin habitusları¹ onların geçmişlerinin tamamının izini taşımaktadır. Bu hal, nesiller boyunca korunmuş ve aktarılmıştır. Dolayısıyla onlar için yaşamsaldır.

Açıktır ki yeni orta sınıfların kıra göçleri basit bir demografik sirayet gibi görünse de yaşananlar bunun çok daha ötesindedir. Bu sirayet aynı zamanda sınırlı tarım arazinin betonlaştırılması anlamına geldiği gibi mevcut kaynakları yok etmekte ve çevre kirliliğine neden olmaktadır. Bir başka durum ise bu alanlarda yaşamaya başlayan kentli sınıfların bölgeye içkin ürün yelpazesi paralelinde üretim yapmak için orada bulunmamalarıdır. Bununla birlikte üretim biçimlerinin hobiden öteye geçmemesi, kırsalın ve köylülüğün kendine içkin pratiklerini dönüştürmektedir. Urla haricinde, yarımada'daki diğer ilçelerin kırsalı için de benzeri bir durum geçerlidir. Hatta aralarında farklılıklar bulunmakla birlikte emsal göç hareketi Muğla, Antalya, Mersin, Adana kırsalları için de kaydedilebilir. Bu anlamda göç, artık köyden kente bir emek hareketi ve buna dayalı bir mekânsal organizasyon olmaktan çıkmış, dar bölgede “yaşam güzergâhları” hareketine dönüşmüştür. Sermayenin mekânda kendini sürekli yeniden dağıtan rasyoneli içinde bu son derece normaldir (Tekeli, 1998). Ancak

¹ Bourdieu'yu anlama adına en önemli kavramlardan birisi olan habitus, toplumsal faillerin tüm alanlardaki (günlük hayat, siyasal alan, kültürel beğeniler, konuşma tarzı) pratiklerini şekillendirmektedir. Dolayısıyla habitus, tüm toplumsal faillerin hissetmelerini, düşünmelerini, algılamalarını, davranmalarını biçimlendiren toplumsallıktır. Bknz, P. Bourdieu, 2015 & 2023

bu “yeni normal”²in yarattığı metastazın üreteceği homojenleştirici etkiye karşı diferansiyel mekân (Lefebvre, 2016) oluşmaktadır. Bu bir anlamda eski yerleşikler ile yeni yerleşenler arasındaki çelişikliği de ortaya koymaktadır. Bu durumda planlamacıların, yerel yöneticilerin, mühendislerin aklındaki mekânla, yereli on yıllardır deneyimleyenler arasındaki geliştirici karşıtlığın dışavurumu kaçınılmazdır ki köylü yerleşiklerin anlatılarından da bu durum rahatlıkla anlaşılabilir.

Bana para teklif ettiler. Küçük yere üç milyon para verdiler. Ben geçmişimi, hayatımı satmam dedim. Onlar buraya keyif sürmeye geliyor. Hiçbir şey üretmiyorlar. Sütü, yumurtayı bizden alıyorlar. Neymiş, organikmiş. Belki on yıl sonra buradan gidecekler. Söyleyin, bana ne kalacak bunlardan geriye. Ben satmam. Çocuklarıma kalsın. (Erkek, 59)
Basit bir talep bizimki. Bize değer verilmesini istiyoruz o kadar. Onlarla farklıyız biz. Onlar bu gün var, yarın yok belki. Ama biz hep buradayız (Kadın, 64)

Köylü yerleşikler, kalıcılık ile geçicilik arasındaki ilişkinin yarattığı çelişik durumun farkındalar. Çünkü geçicilik kültürünün yarattığı pratikler ve kapitalist tüketim toplumu, karşılıklı olarak birbirlerini üretir, meşrulaştır ve alkışlar. Oysa kırsal yerleşiklikte durağanlık, devamlılık, kalıplaşmış değer ve patrikler gündelik hayata yansırken, gündelik olan rutine dönüşmektedir. Dolayısıyla köylü yerleşikler, kalıcılığı simgeleyen toprak, doğa ve köylülük ile geçiciliği simgeleyen konformizm, tüketim ve kentlilik arasındaki çelişikliğe tepkililer. Ek olarak, kentin fiziksel yapılanmasının doğayla ve çevreyle oluşturacağı asimetriyi de görebilmekteler. Kentli yeni orta sınıfların kırdaki oluşturdukları konutlar ve çevrili alanlar, köylülerin doğayla, çevreyle ve kırdaki kurdukları ilişkiyi bozduğu gibi kentsel sorunları kırdaki da üretmektedir. Modern planlamanın kırdaki, modernist bir düşünceyle dâhil edilmesi, coğrafyayı/mekânı adaletsiz bir şekilde dönüştürmektedir. Çünkü modern evin inşasında güven ön plandadır ve korkulan toplumsal gruplar ve sınıflar dışarıda bırakılır (Kaika, 2004). Bu anlamda kent kökenli bireyler, çitleme ve yüksek duvarlarla hem özel mülkiyetlerini ‘korumaktalar’ hem de bir güvenlik çemberi oluşturmaktadırlar. İnsanları çevreleyen mekânsal birim olarak sokaklar ve yollar da (Brockhaus vd., 2015) bu esasa göre katı bir planlamanın ve düzenin ürünü olarak kentsel mekâna dâhil

² Kavram, neoliberal küreselleşme sürecinde ortaya çıkan yeni köylülüğü ve köylülüğe yerleşen yeni pratikleri anlatmak için kullanılmıştır.

edilmişlerdir. Oysa kırdaki ‘güven’, öncelikle doğaya ve insanlara aşinalık üzerinden kurulur ve bunda da sürekli orada var olmanın yarattığı kültür etkilidir.

Tarla, tarlaya yoldur. Biz tarlalardan geçerek işimize gideriz. Şimdi bunlar geldi telle çevirdiler. Geçemiyorsun, gidemiyorsun. (Erkek, 67)
Burada herkes birbirini tanır bilir. Yabancı olan onlar. Dışarıdan gelen onlar. Aldıkları yeri ilk önce telle çeviriyorlar. Bakın biz ürünü topladık mı, tarlada kalanı hayvanlara yiyecek olurdu. Hayvan yol mu bilir? Çıkardın mı hayvanı oradan buradan yayıla yayıla (otlamak anlamında) gider. Ama güzden sonra. Yazın zaten ürün var. Şimdi bunları çevirdiler. Gececek yer kalmıyor. (Kadın, 70)

Kente özgülüğün kırın içine doğru sirayet etmesi, kamusal mekânla müşterek mekân arasındaki çelişikliği de ayyuka etmektedir. Ovacık’lı katılımcının yaptığı “*tarla, tarlaya yoldur. Biz tarlaları aşarak işimize gideriz*” vurgusu müşterekliğe yapılan bir atıftır. “*Telle çevirme*” ise doğrudan özel mülkiyete ve sınırları çizmeye yönelik bir eylemdir. Göçle gelen kendi yalıtılmış ve steril alanını oluştururken, sınırlarını çizmektedir. Bu durum, nasıl ve ne şekilde yaşamak istediğinin de karşılığıdır. Kırdaki ve köylülükte ise müşterekleşme pratikleri tarafından üretilmiş bir “müşterek mekân” (Stavrides, 2019:16) algısı söz konusudur. Aslında kıra yerleşen yeni orta sınıflara “geçicilik” üzerinden yapılan değerlendirme, müşterek mekânın kullanımında çıkacak bozulmalara ilişkin duydukları kaygının bir ürünüdür. Kırdaki müşterek mekân, köyün sosyal, kültürel ve fiziksel sınırları içinde doğaya, köylülüğe ve kırsal üretim ilişkilerine içkin olarak net bir şekilde kültürlenmiştir. Bu kültürlenme, otoritenin koyduğu kuralları uyarınca değil, son derece ‘sivil’dir. Buna karşın kentin karmaşık ve heterojen yapısı sosyal yaşamın ve yapıyı çevrenin düzenlenmesinde dışsal bir otoriteyi doğurmaktadır. Bu kentin doğasında vardır. Başka bir anlatımla “sivil,” kıra-köye özgüken, otorite ve iktidar ilişkileri ‘kente’ özgüdür. Bu anlamda kamusal bir otoritenin modernist planlama çerçevesinde belirlediği biçimler, kentsel yaşam alanlarının, ‘sivil’ olmasını da görece olarak engellemektedir. Dolayısıyla modern kent planlamasına, kentte yaşayanların katkısı çok düşük düzeydedir. Çünkü düzen üzerinden düşünülen modern kent, ideal bir tiptir (Işık, 1993) ve kentler, içinde yaşanan makineler olarak tasarlanmaktadır (Harvey, 2006). Toplumun ortak faydasını belirlemeye ve hayata geçirmeye dönük düşünce ve hareketlerin üretildiği kamusal alan (Habermas, 2010) ‘sivil’ olması gerekirken, rasyonalite ve düzen düşüncesi kamusal alanın içine modern ‘otorite’yi de dâhil etmektedir. Hele ki sanayi kentlerinin karmaşıklığını aşmak için, yolların, köprülerin, okulların, hastanelerin ‘kamu’ için yapılması fikri

(Şaylan, 2003), toplumsal hiyerarşiyi üretecek şekilde kamu otoritesi düşüncesini de pekiştirmektedir. Aynı zamanda kentler, kârın iktisadi yaratımı etrafında örgütlenmiş bankaların, şirketlerin, sanayi komplekslerinin, ticari müesseselerin çıkarlarının biçimlenmesinde de önemlidir. Tüm bunlar örgütlü çıkarlar arasındaki hiyerarşik ilişkilerin değişken geometrisinin gölgesini, kentin değişken dönüşümlerine hükmederek, metropolün gündelik yaşamına düşürmektedir (Stavrides, 2019). Nitekim Lefebvre’de (2016) mekânın şekillenmesinde iktidardaki güçlerin yönlendirmesinin önemli olduğuna gönderme yaparak, ortaya çıkan davranış kalıplarının da düzen ve kurallar dâhilinde oluşan anlaşmalara göre olduğunu belirtir. Kamusal mekânın aksine “müşterek mekânlar”ın kullanımına dair kurallar ve biçimler ise bir otoriteye bağımlı değildir ve onun tarafından kontrol edilmemektedir. Bu haliyle müşterek mekânlar, kamusal ve özel mekânlardan ayrıktır. Paylaşma biçimlerinin örgütlenmesini ve ortak yaşamın vücuda gelmesini mümkün kılan yaratıcı karşılaşmaları ve müzakereleri teşvik eden müşterekleşme pratikleri, kentte sadece malları üretmekle ve dağıtmakla sınırlı kalmamaktadır. Aynı zamanda müşterekte-yaşama biçimleri yaratmaktadır (Stavrides, 2019).

Müşterekleşme pratikleri tarafından üretilen mekânsal ilişkiler toplamı olarak müşterek mekânı tanımlayan Stavrides (2019), kentteki mekân üretimi süreçlerini dikkate almış ve müşterek mekânı kent özelinde açıklamıştır. Her ne kadar Stavrides olguyu kent özelinde açıklasa da -kapitalist üretim ilişkilerinin köylülük üzerinde yarattığı dönüşüm dışarıda bırakılmadan- müşterekleşme pratiklerinin ve müşterek mekânın, kırsal sosyal çevreye ve doğaya içkin bir şekilde kırdaki mevcudiyetinin söz konusu olduğunu vurgulamak gerekir. Akıllı, bilginin ve ilerlemenin kaynağı olarak görüp, sistematik bilgiye ve gerçekliğe akıl yoluyla ulaşılabileceğini düşünerek insanı merkeze alan modernitenin mekânı olan kentte, işlevsel ilkeler çerçevesinde her şey üretilmiştir. Böyle bir yaklaşım tüm faillerin ilişkiselliğine değil insana odaklanmaktadır. Hatta kapitalist üretim ilişkileri bağlamında eşitsizliklerin artmasıyla belli bir sınıfsallıktan ya da belli “ırk” lardan insanlar daha merkeze alınmaktadır. Bu, insanlar ile insan olmayanlar ve hatta bazı insanlar ile bazı insanlar arasına çizgi çekmektedir. Buna karşın kırdaki ve doğadaki köylülüğe içkin bir şekilde tüm faillerin ilişkiselliği çerçevesinde mekân biçimlenmektedir.

5. Sonuç

Göç, çok boyutlu bir olgu olmakla birlikte özellikle varış noktasındaki sonuçları nedeniyle tartışmaların merkezine daha çok oturmaktadır. Olgu, uluslararası insan hareketliliği bağlamında literatürün daha çok ilgisini çekerken, Türkiye özelinde ise iç göç ve kentleşme literatürün odağı olmuştur. Genellikle

de modernleşme (kentlileşme, kentle bütünleşme), istihdam ve konutlaşma üzerinden tartışılmıştır.

Konutlaşma, öncelikli olarak kentsel mekânın kullanılma biçimi ile ilgilidir. Endüstrileşmenin bir sonucu olarak bu güne de yansır bir şekilde yoğun nüfusu bünyesinde barındıran günümüz modern kentlerinde, pozitivist bir planlamanın da neticesi olarak sokaklar, caddeler, parklar, dinlenme alanları, meydanlar, spor alanları vb. gibi tüm mekânsal donatılar, toplumun ortak kullanımı için ve tüm kesimlerin erişimine açık bir şekilde kamusal alanlar olarak planlanmıştır. Kamusal alanlar, tüm toplumsal kesimlerin ortak katılımına ve eylemliliğine dair alanlarken, özü itibarıyla ‘sivil’dir. Ancak kapitalist üretim ilişkilerinin şekillendirdiği modern kentlerde ortaya çıkan sosyal ve ekonomik eşitsizlikler, kamusal mekânların tüm toplumsal kesimlerin ortak ve eşit kullanımına dair sorgulamaları beraberinde getirmektedir. Çünkü kentin kenarında ya da çöküntü mahallesindeki gecekonduya sıkışmış bir kadın olarak kent yoksullunun, kentin büyük meydanlarına, spor alanlarına, AVM’lerin içlerinde özelleşmiş meydanlarına ve buralardaki sosyo-kültürel faaliyetlere ne kadar katılım sağlayabildiği; bu durumda bu alanların ne kadar “kamusal alan” kavramına karşılık geldiği büyük bir soru işaretidir. Yine aynı şekilde modernitenin pozitivist planlama anlayışı ve düzenleme gayreti mekânın ‘sivil’ olma iddiasıyla çelişmektedir. Ancak modernitenin planlama anlayışı ve hegemonik doğası kentli bireyleri de son derece ilişkisel bir şekilde inşa etmektedir. Bu inşanın, kapitalist kentlerin tekinsiz ortamıyla birleştiğinde, kentli bireylerin güvenli alanlar yaratma, özel alanlarını kararlı ve planlı bir şekilde çevirme, hem kamusal alanla hem de ‘öteki’ ile arasına sınır çizme düşüncesini pekiştirmektedir. Bu durum da kamusal alan-özel alan ayrımını derinleştirmektedir. Modern kente özgü tüm bu süreçler ise mekânsal müsterekleşmenin önünü tıkamaktadır.

Kentsel eşitsizlikler sadece kent yoksulları için değil kentli yeni orta sınıflar içinde mekânı deneyimlenebilir olmaktan çıkarmaktadır. Neoliberal üretim ilişkilerinin beklentisine uygun olarak iyi eğitilmiş, rekabete açık yapıları, girişimci kişilikleri, yaratıcı ve yırtıcılıklarıyla ön plana çıkan yeni orta sınıfların içinde bulundukları yoğun çalışma temposu, onlara kentsel mekânı deneyimleme noktasında çok az zaman bırakırken, iş yaşamlarına paralel olarak kentin trafik, gürültü kirliliği, farklı gruplardan insanlarla olan karşılaşmaları kendilerini yeniden üretebilecekleri farklı arayışlara itmektedir. Aslında bu arayış kırsalda özel alanlar yaratımını beraberinde getirmekte ve göreceli olarak kırsalda var olan mekânsal müsterekleşmeyi bozucu etki yapmaktadır.

Yeni orta sınıfların bu arayış sonucunda metropol anakentin çevresine yerleşerek buralarda yeni yaşam alanları oluşturmaları göçün niteliği açısından önemliyken, kırsalda oluşturulan mekânsal donatılar ve uygulamalar, onların

kırdaki fiziki ve sosyal çevreyle ilişkilerini belirlemektedir. Kolay ulaşılabilirliği ve metropol ana kentte yakınlığıyla Urla, yeni orta sınıfların ilgisine maruz kalmış alanlardan biridir. Günlük olarak işe kırsalda oluşturdukları yeni yaşam alanlarından gidip-gelen yeni orta sınıflar, neredeyse Urla ve kırsalını metropol ana kentle birleştirmişlerdir. Aslında Karaburun yarım adasının tamamı için geçerli olan göçe dayalı bu sirayet, kırsal mekân üzerinde dönüştürücü etki yaratmıştır. Yeni orta sınıfların bu sirayet etme biçimine, arazi satarak eklemlenen köylü yerleşikler olduğu gibi, direnç gösteren köylü yerleşikler de vardır.

Neoliberal tarım politikalarının tarımsal üretimi baskılaması ve kırsal üretimden elde edilen kazancın yetersizliği, köylü yerleşiklerin bir bölümünde yaptıkları işe ve sahip oldukları kırsal mülkiyete dair sorgulamaları arttırmış; yine aynı gerekçeyle yeni kuşaklar kırsal üretimde kalmayıp kentsel sektörlerde çalışma isteğiyle kente göç etmişler ve bu durum arazi satışlarını rasyonelleştirmiştir. Ancak arazi satanlar da dâhil olmak üzere köylü yerleşiklerin tamamının öztüketime dayalı üretimden kopma ve kente göç etme düşünceleri yoktur. Vurgulanması gereken bir başka nokta ise mülklerinin sadece bir kısmını farklı rasyonelliklerden hareketle satsalar bile tamamını satma eğiliminde değiller. Çünkü yağ, zeytin, buğday/un, hayvansal ürünler gibi öztüketim için ürettiklerini bu arazilerden sağlamaktadırlar. Aslında onlar için, öztüketime dayalı kendi üretimlerinin olmaması bir felaket senaryosu niteliğindedir. Arazilerinin bir bölümünü satanların yanında her ne koşulda olursa olsun kentli sınıflara arazi satmama noktasında direnç gösteren köylü yerleşikler de vardır. Köyde yerleşik olmanın en temel özelliklerinde birisi yıllarca yaşadıkları bölgede özellikle üretime ve hayatta kalmaya dair öğrendikleri pek çok bilginin pozitivistik bir öğrenmeye değil, onlarca yıllık deneyime ve önceki kuşakların aktarımına dayanmasıdır. Bu durum, köylü yerleşiklerin bulundukları coğrafya ve doğayla birlikte binlerce yıllık birikimin ürünü olan kadim üretim kültürüne içkinleşmelerini sağlamıştır. Aslında öztüketime dayalı üretimden ve köyde yerleşiklikten vazgeçmemelerinin en temel sebebi tam da budur. Köylü yerleşikleri, göçle gelen yeni orta sınıflarla karşı karşıya getiren de yaşadıkları coğrafyayla sosyo-kültürel olarak içkinleşmeleridir. Çünkü kırdaki mekân -köy içindeki evleri hariç- görece olarak müşterektir. Orada kentsel planlamada olduğu gibi pozitivistik planlamaya dayalı alanlar minimize haldedir. Örneğin tarlaya ya da zeytinliğe gidilen ‘yollar’ birbirinin içinden geçmektedir. Bunlar bilindik bir ‘yol’ değil, patikalardır. Ürünün taşınması sırasında herkes bir birinin arazisini geçiş olarak kullanabilir. Dolayısıyla kırım kendi içinde mekân değiştirirken kentteki gibi kentsel planlamaya dayalı yollar ilerleyişte kullanılmayabilir. Ya da kırsal arazinin herhangi bir noktasında çıkan bir zararlıya karşı “özel alan”,

“kamusal alan” ve “ortak alan” gibi ayrımlar yapılmadan “müşterek” biçimde mücadele edilir. Çünkü zararlı (sinek ya da ürünlere zarar veren bir virüs) modern mekân planlamasında olduğu gibi sınır tanımaz ve bireyleri ayırt ederek kimliklendirmez. Bunların tamamı, kırsal mekânın müşterek kullanımına dair bir kültür yarat-mıştır/maktadır. Ancak kentli yeni orta sınıfların kırsal arazinin mülkiyetini satın aldıktan sonra konut alanı da dâhil olmak üzere, arazinin tamamını çitlemeleri köylü yerleşiklerin dikkatini çektiği gibi bu durum onlar için istenmeyen bir davranıştır. Tekraren ifade etmek gerekirse arazi, köylü yerleşiklerce kullanılırken müşterekleşmenin bir parçasıdır. Ancak yeni orta sınıfların satın almasıyla ve yerleşmesiyle özelleşmektedir. Aynı zamanda yeni orta sınıfların çevirdikleri arazilerin üretim dışı kalarak betonlaşması bir başka istenmeyeni doğurmaktadır. Bu yeni göç biçimiyle kırdaki ve kırsal üretim ilişkilerinin doğasında yer alan müşterekleşme ve mekânın müşterek kullanımı bozulurken, bir anlamda müşterekleşmenin çitlenmesi ile mekân dönüştürülmektedir. Bu durum, köylü yerleşikler ile yeni yerleşiklerin ilişkilene biçimlerini de belirlemektedir. Çünkü kırdaki nerede, nasıl ve hangi biçimde yaşanacağı içinde yaşanan coğrafya ve sosyo-kültürel dokuyla ilişkilenemenin bir ürünüken göçle gelen yeni orta sınıflar için nerede, nasıl ve hangi biçimde yaşanacağı tariflenmiş ve sınırları çizilmiştir. Dolayısıyla köylü yerleşikler mekâna “yer duygusu” üzerinden bakarken, göçle gelen yerleşikler için mekânın araçsaldır ve çitleme ile kendi arınık alanlarını oluşturmaktadırlar.

REFERANSLAR

- Auyero, J. ve Swistun, D. A. (2009). *Flammable: Environmental Suffering in a Argentina shanty-town*. Oxford: Oxford University Press
- Aytaç, İ. ve İlhan, S. (2008). Yeni kapitalizmin kaotik evreni: Belirsizlik, sömürü ve ahlaki kriz. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (10) 1, 182-210.
- Bauman, Z. (2015). *Akışkan modern dünyada kültür*. Ankara: Atıf Yayınları.
- Bernstein, H. (2010). *Tarımsal değişimin sınıfsal dinamikleri*. (1. Basım), (Oya Köymen, Çev.), İstanbul: Yordam
- Blanchot, M. (1999). *Sonradan sonsuz yineleme*. (Serdar Rıfat Kırkoğlu, Çev.), İstanbul: Kabalcı Yayınları.
- Bourdieu, P. (2015). *Ayırım, beğeni yargısının toplumsal eleştirisi*. (1. Basım), (Derya Fırat, Günce Bekkurt, Çev.). Ankara: Heretik Yayıncılık
- Bourdieu, P. (2015). *Pratik nedenler*. (2. Baskı), (Hülya Uğur Tanrıöver, Çev.) İstanbul: Hil Yayınları
- Bourdieu, P. (2023). *Ders üzerine ders*. (1. Baskı), (Talip Karakaya, Çev.) İstanbul: Paradigma Yayınları
- Brockhaus, M., Lohmann, M. ve Merkel, P. (2015). *Neufert yapı tasarımı*. (3. Basım), (Burhan Çiçek, Çev.) İstanbul: Beta Basım
- Dacheux, E. (2012). Kamusal alan: demokrasinin anahtar bir kavramı, Editör E. Dacheux, *Kamusal Alan* (pp13-26). İstanbul: Ayrıntı Yayınları
- Faist, T. (2003). *Uluslararası göç ve uluslararası toplumsal alanlar*. İstanbul: Bağlam Yayınları.
- Gardiner, M. (2016). *Gündelik hayat eleştirileri*. (Deniz Özçetin, Babacan Taşdemir, Burak Özçetin, Çev.). Ankara: Heretik Yayıncılık
- Harvey, D. (2006). *Postmodernliğin durumu*. (4. Basım), (Sungur Savran, Çev.) İstanbul: Metis Yayınları
- Işık, O. (1993). Modernizm kenti / postmodernizm kenti. *Birikim Dergisi* (53), 41-50.
- İZKA. (2014). Yarımada sürdürülebilir kalkınma stratejisi. *İzmir Kalkınma Ajansı*, İzmir https://izka.org.tr/wp-content/uploads/pdf/14_yarimada_kalkinma_stratejisi.pdf adresinden 28 Haziran 2023 tarihinde alınmıştır.
- Habermas, J. (2010). *Kamusal alanın yapısal dönüşümü*. (1. Basım), (Tanıl Bora, Mithat Sancar, Çev.). İstanbul: İletişim Yayınları
- Hobsbawm, E. (1996). *Kısa 20. Yüzyıl 1914-1991 aşırılıklar çağı*, (Yavuz Alogan, Çev.), (1. Basım). İstanbul: Sarmal Yayınevi

- Kaika, M (2004). Interrogating the Geographies of the Familiar: Domesticating Nature and Constructing the Autonomy of the Modern Home. *International Journal of Urban and Regional Research*, 28(2), 265-286
- Karakurt, E. (2006). Kentsel mekanı düzenleme önerileri: modern kent planlama anlayışı ve postmodern kent planlama anlayışı, *Erciyes İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 26 (1), ss.1-25
- Karpat, K. H. (2013). Osmanlı'dan günümüze etnik yapılanma ve göçler. İstanbul: Timaş Yayınları
- Keyder, Ç. (2013). Yeni orta sınıf, <https://bilimakademisi.org/wp-content/uploads/2013/09/Yeni-Orta-Sinif.pdf> adresinden 25 Mayıs 2023 tarihinde alınmıştır.
- Lee, E., S. (1969). A Theory of Migration. Editör J.A. Jackson. *Migration* (pp 283-297). Great Britain: Cambridge University Press.
- Lefebvre, H. (1998). *Modern dünyada gündelik hayat*. (1. Basım), (Işın Gürbüz, Çev.), İstanbul: Metis Yayınları
- Lefebvre, H. (2016). *Mekânın Üretimi*, (4. Basım) (Işık Ergüden, Çev.), İstanbul: Sel Yayınları.
- Massey, D., S. (1994). *Space, Place and Gender*. Cambridge: Polity
- Markley, E. (2001). Social remittances and social capital, values and practices of transnational social space. *Quality of Life*. 22 (4). 365-368
- Nail, T. (2022). *Göçmen Figürü*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Özügür, M. (2011). *Küçük Köylülüğe Sermaye Kapanı: Türkiye'de Tarım Çalışmaları ve Köylülük Üzerine Gözlemler*, İstanbul: NotaBene Yayınları
- Sennet, R. (2008) Karakter aşınması: Yeni kapitalizmde işin kişilik üzerine etkileri. (3. Basım), (Barış Yıldırım, Çev.), İstanbul: Ayrıntı Yayınları
- Stavrides, S. (2019). *Müşterek mekan, müşterekler olarak şehir*. (2. Baskı), (Cenk Saraçoğlu, Çev.). İstanbul: Sel Yayıncılık
- Şaylan, G. (2003). *Değişim, küreselleşme ve devletin yeni işlevi*. (2. Baskı), Ankara: İmge Kitapevi
- Tekeli, İ. (1975). Göç teorileri ve politikaları arasındaki ilişkiler, *ODTÜ Mimarlık Fakültesi Dergisi*, 1(1), 153-176.
- Tekeli, İ. (1998). Türkiye'de iç göç sorunsalı yeniden tanımlanma aşamasına geldi, *Türkiye'de iç göç* (ss. 7-21). İstanbul: Türkiye Ekonomik Toplumsal Tarih Vakfı Yayınları.
- Tekeli, İ. (2008). "Sunuş", *Göç ve Ötesi* (ss.1-10). İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- Vertovec, S. (2001). Transnationalism and Identity. *Journal of Ethnic and Racial Studies*. 27(4). 573-582

97. Bölüm

Toplumsal Güven Kavramının Sivil Toplum Kuruluşları Açısından Önemi

Burak KOÇAK¹

Hüseyin CAN²

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi, Hukuk Bilimleri.

² Doktora Öğrencisi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi.

ÖZET

Toplumda bulunan bazı problemlere çözüm üretmek amacıyla kurulan sivil toplum örgütleri siyasi ve maddi kazanç amacı gütmeyen, kuruluş ve faaliyetlerini yasal bir zeminde gerçekleştiren, inanç, kimlik ve siyasi görüşü ne olursa olsun toplumun tüm her bir ferdi için kuşatıcı bir anlayışta olan, kuruluş amacına yönelik benzer hissiyatı taşıyan gönüllülerin bir araya gelmesiyle örgütlenen, toplumdaki belirli bir grubun çıkarlarına değil kamu yararı anlayışıyla faaliyetlerini icra eden kuruluşlar olarak bilinmektedirler.

Bu kuruluşlar genel olarak kar amacı olmayan ve finansal kaynaklarını önemli oranda bağışlar ve üye aidat ödenekleriyle sağlayan kuruluşlardır. Kar amacı gütmeyen kuruluşlar açısından toplumun kendilerini nasıl algıladıkları ve onlara güvenmeleri son derece önemlidir. Sivil toplum kuruluşlarının faaliyetlerini aksatmadan yapabilmesi, ihtiyaç duyduğu bağışlara ulaşabilmesi, gönüllü kazanabilmesi ve toplum tarafından destek görmesi için hedef kitlesi üzerinde güven duygusu oluşturmaları bir zorunluluktur. Bu çalışmada da sivil toplum örgütleri ve toplum ve bu örgütler arasında bulunan / bulunması gereken güven ilişkisi betimsel açıdan incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: sivil toplum, güven, devlet, STK

SİVİL TOPLUM KURULUŞLARI KAVRAM VE ÖZELLİKLERİ

Sivil toplum kuruluşları siyasi ve maddi kazanç amacı gütmeyen, kuruluş ve faaliyetlerini yasal bir zeminde gerçekleştiren, inanç, kimlik ve siyasi görüşü ne olursa olsun toplumun tüm her bir ferdiyi kuşatıcı bir anlayışta olan, kuruluş amacına yönelik benzer hissiyatı taşıyan gönüllülerin bir araya gelmesiyle örgütlenen, toplumdaki belirli bir grubun çıkarlarına değil kamu yararı anlayışıyla faaliyetlerini icra eden kuruluşlardır (Kurt ve Taş, 2015:201). STK'lar küçük yerel derneklerden Greenpeace gibi büyük uluslararası kuruluşlara, sosyal hizmet sağlayıcılardan ve yardım kuruluşlarından çok büyük orandaki bütçeleri idare eden hayırsever vakıflara kadar çok çeşitli alanlarda karşımıza çıkmaktadır (Müller ve Fernandes, 2021:5).

Sivil toplumla ilgili kavramsal olarak üzerinde mutabık kalınmış net bir tanım bulunmamaktadır. Bu kavramla ilgili ilk tartışmalar siyasal alan ile sivil alanının ayrıştırılmasına yönelikken iktisadi değişimlerin yaşandığı dönemde ekonomi ve siyaset alanlarının ayrıştırılması için kullanılan bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Bununla birlikte sivil toplum tartışmalarına demokrasi, özgürlük, devletin dönüştürülmesi ve sürdürülebilir ekonomik kalkınma gibi kavramlar da dahil olmuştur (Keyman, 2004:4-5).

Sivil toplum kavramına dair tarihsel süreç içerisinde farklı tanımlar yapılmıştır. Bu tarihsel dönemi 3'e ayıran Keyman'a göre 17. yy'dan 18. yy ortalarına kadar yaşanan toplumsal değişimle birlikte sivil topluma yönelik ilk eğilim gerçekleşmiştir. Tarım ve kıra dayalı geleneksel toplum yapısı şehre, sanayiye ve serbest pazar ekonomisine dayalı modern toplum yapısına dönüşmeye başlamış ve sivil toplum da ortaya çıkan bu yeni ilişkilerin tanımlayıcı öğelerinden biri olmuştur. Bu dönemde geleneksel değerlerden bağımsızlaşan bireyin pazar ekonomisinde yerini alabilmesi için devletten alacağı mülkiyet hakkına sahip olması gerekmektedir. Dolayısıyla bu dönemde sivil toplum, mülkiyet hakkına sahip bireylerin alanı olarak görülmüştür (Keyman, 2004: 2-3).

Keyman sivil toplumun ikinci aşamasını 1980'lerin başında Latin Amerika ve Doğu Avrupa ülkelerinde yaşanan demokratikleşme süreci ile açıklamaktadır. Sivil toplumun yeniden ortaya çıkışı olarak nitelendirdiği bu dönemde totaliter devlet yapılarından demokratik yönetime geçiş sürecinde sivil toplumun, devletin demokratikleştirilmesi ve toplumun özgürleştirilmesi özelliklerinin ön plana çıktığını söylemektedir. Bu noktada sivil toplumun devletin topluma karşı sorumluluğunu hatırlatması, devletin şeffaflığı ve karar alma süreçlerine toplumun da dahil edilmesi noktasında önemli rol oynadığını belirtmiştir (Keyman, 2004: 3-5). Bu dönemde sivil toplum baskıcı siyasi anlayışı sınırlandırması, toplumun etki alanını güçlendirmesi, toplumsal dengeyi bozucu

serbest pazar-piyasa ekonomisinin etkilerini en aza indirmesi, siyasi alanda inisiyatif ve sorumluluk alarak daha nitelikli ve kapsayıcı idari anlayışın geliştirilmesi bakımından bir araç olarak görülmektedir (Veltmeyer, 2006: 159). Son aşamada ise sivil toplumun devlet-toplum arasındaki sistemi değiştirmek yerine birinci dönemde olduğu gibi bireyin ve toplumun çıkarlarını koruyucu, özellikle son dönemlerde yaşanan sosyal ve çevresel krizleri dünya gündemine getirerek farkındalık oluşturunca ve bu sorunlu alanları iyileştirici bir konuma geldiğini söylemektedir (Keyman, 2004: 3-5). Kısaca sivil toplum girişimleri ilk dönemde mülkiyete ve serbestliğe dayalı ekonomik modelin devlet ve toplum açısından içselleştirilmesi, ikinci dönemde otoriter devletlerin baskıcı ve anti-demokratik yapısının demokratikleştirilmesi amaçlarını güderken son dönemde ise daha çok, küresel ısınma gibi tüm dünyayı etkileyen uluslararası sorun alanlarına yönelmeye başlamıştır (Gündüz ve Kaya, 2014:140).

Sivil toplumla ilgili yaklaşımları 3 farklı bakış açısı ile açıklamak mümkündür. Bunlardan ilki Diamond'a aittir ve sivil toplumu vatandaşların kendi kendilerine ve özgür iradeleriyle kurmuş olduğu devletten bağımsız bir alan olarak açıklamıştır. İkinci tanımlama Ernest Gellner tarafından yapılmıştır. Gellner tanımını, Diamond'a göre daha geniş tutmuş ve sivil toplumu, aile ya da birey ile devlet arasında mevcut olan boşluğu, sendikalar, siyasi partiler, dinsel örgütlenmeler, baskı grupları ve dernekler gibi ara kurumlar aracılığıyla dolduran bir sistem olarak açıklamıştır. Üçüncü bakış açısı ise Keane'e aittir. Keane'e göre sivil toplum, *"üyelerinin oluşturduğu devlet dışı faaliyetlerle, devlet kurumları üzerinde baskı ve denetim uygulayarak kendi kimliklerini koruyan ve dönüştüren örgütlenmeler"*dir (Talas, 2011:390). Bu özelliklerden hareketle sivil toplumu, toplumsal alanda gönüllülük esası üzerine organize olan, toplum ve devlet arasında bir köprü vazifesi üstlenen, toplumun çıkarlarını ve kamu yararını önceleyen bir alan olarak tanımlayabiliriz (O'regan, 2018:3).

İşlevleri açısından bakıldığında sivil toplumun özelliklerini şu şekilde sıralayabiliriz (İçduygu vd., 2011:51):

- Toplumdaki problemlili alanların iyileştirilmesinde önemli bir araçtır.
- Problemlili alanlara çözüm üretirken siyasi, ekonomik, toplumsal ve diğer sivil kuruluşlarla işbirliğine açıktır.
- Sivil katılımın, politika yapım sürecine dahil olmasını sağlayarak demokrasinin iyileştirilmesine katkıda bulunur.
- Farklı bakış açılarına sahip ekonomik, toplumsal ve siyasi aktörlerin birbirlerini dinlemelerine, demokratik bir zeminde ve adil bir şekilde iletişim kurabilecekleri ortamın oluşturulmasına önemli katkı sunar.

Sivil toplum kuruluşları (STK) da sivil toplum faaliyetlerinin yürütüldüğü kurumsallaşmış yapılardır (Gündüz ve Kaya, 2014:138). Sivil toplum alanında faaliyet gösteren bu örgütlenmeler için literatürde birçok farklı isim kullanılmaktadır. Bunlardan en çok tercih edilenleri şu şekilde sıralanabilir (Uslu, 1999:24):

- Non-profit organizations - NPOs - Kar gütmeyen kuruluşlar
- Non- profit sector - NPS - Kar gütmeyen sektör
- Third sector - Üçüncü sektör
- Voluntary Organizations - Gönüllü kuruluşlar
- Private Voluntary Organizations – PVOs - Özel gönüllü kuruluşlar
- Non-governmental organizations – NGOs - Hükümet dışı kuruluşlar
- Independent sector - Bağımsız sektör
- Charitable organizations - Hayırsever yardım kuruluşları
- Philanthropic Organizations - Hayırsever kuruluşlar
- Tax-exempt organizations - Vergiden muaf kuruluşlar
- Social Movements - Sosyal hareketler

Bu çalışmada ise Türkiye’de bu tip örgütler için yaygın bir şekilde kullanılan isimle “Sivil Toplum Kuruluşları - STK” olarak kullanılmıştır.

Sivil toplum kuruluşları, siyasal otorite baskısından uzak, devlete karşı otonom bir yapıya sahip, kamusal alanda etkili olan toplumsal girişimlerin bütününe ifade etmektedir (Tekeli, 2004:8). Sivil toplum kuruluşları, amaçlarını ikna yoluyla gerçekleştirebilmek için lobicilik faaliyetleri yürüten, kar amacı olmayan ve finansal kaynaklarını önemli oranda bağışlar ve üye aidat ödenekleriyle sağlayan örgütlenmelerdir. Dolayısıyla bu kuruluşlar faydacı ve maddi çıkarı olmaktan ziyade, dayanışmacıdır (Werker ve Ahmed 2007: 7). Bunun yanı sıra STK’lar, hükümetlerin kimi zaman bilgi ve kapasite yetersizliği kimi zamansa siyasi çıkar için çözüm üretemedikleri toplumsal ve siyasi sorunların giderilmesine yönelik çabaları ile sosyal denge ve refah seviyesinin yükseltilmesine de katkı sunmaktadır (Zariç, 2017:306).

STK’larla ilgili önemli çalışmaları bulunan Salamon bu kuruluşların özel sektör alanında faaliyet göstermeleri bakımından devletten bağımsız bir şekilde yapılanmaları, devamlılık esasına göre oluşması ve bu bakımdan kurumsallaşmış yapıya sahip olmaları, maddi kazanımlarını kurucular arasında değil sosyal bir amaç için dağıtmaları, idari açıdan dışarıdan bir yönlendirmeye kapalı ve bağımsız bir yönetime sahip olmaları, gönüllük esasına göre kurulmaları ve kamu çıkarına hizmet etmeleri olmak üzere altı benzer özelliğe sahip olduğunu söylemektedir (1999: 45). Dulkadiroğlu ise STK’ların hizmet sunucu rolü, öncü

rol, değer koruma rolü ve savunuculuk rolü olmak üzere dört temel işlevi olduğunu belirtmiştir (2018: 6-7)

TÜRKİYE'DE SİVİL TOPLUM KURULUŞLARI

Ülkemizde, göreceli olarak Osmanlı mirasına bağlı kalarak şekillenen sivil toplum ve bu alanda faaliyet yürüten organizasyonlar, geçmişten günümüze toplum yaşamının iyileştirilmesi ve gelişiminde önemli roller üstlenmiştir (Gündüz ve Kaya, 2014:161). Dolayısıyla Osmanlı toplumunda yaygın bir şekilde var olan vakıf sisteminden kısaca bahsetmek faydalı olacaktır.

Osmanlı'da günümüzde tanımlandığı anlamıyla bir sivil toplum kuruluşu mirası bulunmamakla birlikte toplumun ihtiyaçlarını gönüllü örgütlenmeyle giderecek köklü bir vakıf geleneği karşımıza çıkmaktadır (Arslan, 2018:63). Abay vakıfları şöyle açıklamaktadır (2011:279-280):

“Kurumsal anlamda bir sivil toplum örgütlenmesi olarak tarihten tevarüs ettiğimiz vakıflar, dünyada henüz, sosyal adalet, sosyal refah, dengeli gelir dağılımı, sosyal güvenlik ve sosyal hizmet gibi kavramlar telaffuz edilmediği dönemlerde, doğu İslam toplumlarında özellikle de Osmanlı toplumunda devletin organizasyon şemasında yer almayan ama devletin ilgisi ve bilgisi dahilinde bu kavramların içini doldurmaya yönelik sosyo-ekonomik ve sosyo-kültürel bir faaliyet alanı ve örgütlü sivil dayanışma örneği olarak teşekkül etmişlerdir.”

Birçok alanda toplum için gerekli olan hizmetler, vakıflar eliyle gerçekleşmiştir (Bayartan, 2008:166). Bu bakımdan vakıflar devletten bağımsız bir şekilde örgütlenmeleri ve toplumsal birliktelik ve dayanışma ilişkisi geliştirmeleri bakımından, tam anlamıyla olmasa da günümüz sivil toplum kuruluşlarının Osmanlı zamanındaki kurumları olduğu söylenebilir.

Cumhuriyet dönemine girildiğinde Osmanlı zamanındaki siyasi kültür ve toplum yapısı devam etmektedir. Bununla birlikte Batı tarzı bir sivil toplum örgütlenme modeli de yine aynı dönemlerde gelişmeye başlamıştır. CIVICUS Uluslararası Sivil Toplum Endeksi Projesi (STEP), Türkiye Ülke Raporu'nda bu gelişme dönemleri 1923-1945, 1945-1960, 1960-1980, 1980-2000 ve 2000 sonrası dönem olmak üzere beş farklı tarihsel süreç içerisinde incelemenin mümkün olduğu ifade edilmiştir.

1923'te Türkiye Cumhuriyeti'nin bağımsız bir modern ulus-devlet olarak ortaya çıkışı ile başlayan dönemde sivil toplumun örgütlenmesi tabandan değil bizzat devletin kontrolünde gelişme göstermiş (Abay, 2011: 280) ve modernleşme sürecine katkı sağlayacak bir araç olarak görülmüştür. Batı tipi modernite vizyonu ile kurulan yeni devletin, sivil toplum alanında böyle bir refleks göstermesinde toplumun büyük bir bölümünün kırdan yaşaması ve tarıma

ve geleneğe dayalı bir yapıda olmasının etkisi olmuştur. Yine bu dönemi de kapsamayı nedeniyle sivil toplum kuruluşlarının hukuki pozisyonlarını düzenleyen 1909 tarihli Cemiyetler Kanunu, 1938 yılında çıkarılan yeni Cemiyetler Kanunu'na kadar yürürlükte kalmış ve sivil toplum alanını düzenleyen temel hukuki metin olmuştur. 1945-1960 yıllarını kapsayan ikinci dönemde çok partili hayata geçilmesiyle birlikte sivil örgütlenme açısından önemli bir kırılma yaşanmıştır. 1946 yılında kabul edilen “Cemiyetler Kanununun Bazı Maddelerinin Değiştirilmesine Dair Kanun” ile sivil toplum alanındaki özgürlükleri kısmi de olsa genişletmiş, bu nedenle dernek ve sendika sayılarında bir artış yaşanmıştır. Bu dönemde Demokrat Parti'nin siyasi başarısı ile daha önce temsil edilemeyen toplumun önemli bir kesimi demokratik kazanımlarını göreceli de olsa kazanmış ve bu durum bireysel hak ve özgürlüklerin gelişimine katkı sağlamıştır. Yine bu dönemde yaşanan kır-kent yönelimli yoğun göç hareketleri ve ekonomik gelişmeler de vatandaşların sivil toplum alanında örgütlenme eğilimlerini artmıştır. 1960-1980 Dönemi, Türkiye demokratik siyasal yapısının kesintiye uğradığı yıllar olarak tarihe geçmiştir. Türk Silahlı Kuvvetleri siyasal yaşama 1960-1971-1980 yılları olmak üzere üç kere müdahalede bulunmuştur. Ulusal güvenlik saikiyle yapılan söz konusu askeri darbeler sivil örgütlenme ve katılımcı siyasi kültür üzerinde olumsuz etkiler bırakmış, bireysel hak ve özgürlükler kısıtlanmış, toplumun örgütlenme özgürlüğü elinden alınmıştır. Askeri darbelerin sivil toplum hayatında yaşatmış olduğu tahribatın yoğunluğu benzer büyüklükte olmamıştır. Örneğin 1960 darbesi her ne kadar çok partili siyasal sisteme büyük bir zarar vermiş olsa da darbecilerin kontrolünde yapılan 1961 Anayasası sivil örgütlenme özgürlüklerinin önünü açıcı, sivil alanı ve bireysel hak ve özgürlükleri genişletici bir etkisi olmuştur. Bu süreçte sendikalar başta olmak üzere sivil organizasyonların kurumsallaşması sağlanmış, dernek sayılarında artış yaşanmış, köylü ve kentli sınıflar toplumsal hareketler içerisinde yer almaya başlamıştır. 1971 ve 1980 askeri müdahaleleri ise sivil toplum alanını daraltıcı ve baskılayıcı bir anlayış geliştirmiştir. 1980-2000 döneminin başlangıcı olan 1980 darbesi, Türkiye demokrasisinde olduğu gibi sivil toplum kuruluşları açısından da büyük bir gerilemeye yol açmıştır. Darbe yönetimi hem siyasal topluma hem de sivil topluma büyük bir baskı yapmış, hemen hemen bütün sivil toplum kuruluşları ya kapatılmış ya da faaliyetleri geçici bir süreliğine durdurulmuştur. Kontrolcü ve baskıcı bir devlet modeli bakış açısıyla hazırlanan 1982 Anayasası, hak ve özgürlükler bakımından önceki anayasaya göre çok daha kısıtlayıcı, devletin karşısında sivil toplumun gücünü kırıci muhtevasıyla hayata geçirilmiştir. Bu dönemde dernek ve sendika faaliyetleri sınırlandırılmış ve sivil kurumları fonksiyonsuzlaştıracak sıkı denetim mekanizmaları uygulanmıştır. Askeri darbe

etkisinin azaldığı ve yeniden demokratikleşme sürecinin başladığı 1990'lı yıllarla birlikte sivil toplum alanının da daha özgür bir ortam bulduğu söylenebilir. Küreselleşme, post modernite ve liberal ekonominin dünyayla paralel olarak Türkiye'de de hızla ilerleme kaydettiği bu yıllarda, toplum üzerindeki baskıcı devlet yapısı önemli oranda kırılmıştır. Yine 1999 yılında yaşanan Marmara ve Kayaşlı depremleri esnasında sivil örgütlenmelerin almış oldukları inisiyatifler ve örgütlenme kabiliyetleri, yalnızca devlet merkezli büyüme, kalkınma ve sorunlara çözüm üretme mantığının tek başına yeterli olmadığı, yönetim süreçlerine STK'ların da dahil edilmesi gerekliliği konusunda farkındalık oluşturmuş ve ülke genelinde sivil toplum kuruluşlarına karşı olumlu yönde bir kanaatin gelişmesine katkı sağlamıştır (İçduygu vd., 2011:58).

2000 yılı sonrasında, merkez liberal demokrasilerde olduğu gibi Türkiye'de de sivil toplum ağları yoğunlaşmış ve her geçen gün daha fazla nüfuz ve etki alanı kazanmaya başlamıştır. Türkiye'nin Avrupa Birliği (AB) üyeliğine ilişkin adaylık başvurusunun onaylanması, AB tarafından demokrasi, hukukun üstünlüğü, insan hakları ve azınlık haklarının korunmasını kapsayan 'Kopenhag Kriterleri'nin karşılandığına karar verilmesi sonrasında 2005 yılında AB üyelik sürecinin başlaması, sivil toplum kuruluşlarının gelişmesi açısından önemli bir dönüm noktası olmuştur. Bu süreçle birlikte STK'ların daha işlevsel olması için reform çalışmaları başlamış ve finansal kaynaklar güçlendirilmiştir (Türker ve Ersen, 2020:7). Çeşitli sosyal hizmet alanlarında çalışma yürüten sivil organizasyonların ülkemizde en yaygın görülen biçimleri dernek ve vakıflardır (Özdemir vd., 2009:154).

Türkiye'de STK denilince ilk akla gelen kuruluşlar derneklerdir. Ülkemizde dernekler faaliyetlerini, ulusal ve uluslararası alanda çok geniş bir yelpazede sürdürmekte ve hizmet sunmaktadır. Derneklerin yasal çerçevesine ilişkin ilk hukuki düzenleme Fransız Dernekler Kanunu'ndan mülhem 1909 tarihli Cemiyetler Kanunu'dur. Cumhuriyet sonrasında ise İsviçre Medeni Kanunu'na göre uyarlanan 1926 tarihli Türk Medeni Kanunu'nda cemiyetlerle ilgili hükümlere yer verilmiştir. Sonraki süreçte, 1938 yılında güncellenerek yeniden hazırlanan Cemiyetler Kanunu ve 1972 tarih ve 1630 sayılı Dernekler Kanunu çıkartılmıştır. 1983 yılında 2908 sayılı Dernekler Kanunu çıkarılmış ve bugünkü 5253 sayılı Dernekler Kanunu ise 2004 yılında yürürlüğe girmiştir (Dulkadiroğlu, 2018:27). Dernekler, Türk Medeni Kanunu'nun 56. Maddesinde: *“gerçek veya tüzel en az yedi kişinin kazanç paylaşma dışında belirli ve ortak bir amacı gerçekleştirmek üzere, bilgi ve çalışmalarını sürekli olarak birleştirmek suretiyle oluşturdukları, tüzel kişiliğe sahip kişi topluluklarıdır”* şeklinde düzenlenmiştir (Türk Medeni Kanunu, Madde 56).

SİVİL TOPLUM KURULUŞLARI VE GÜVEN İLİŞKİSİ

Kar amacı gütmeyen kuruluşlar, büyük ölçüde hizmet sunumu ile ilgilidir (Müller ve Fernandes, 2021:3) ve bu kuruluşların imajı, vatandaşların hayır amaçlı bağışlarını şekillendirmede önemli bir rol oynamaktadır. Ticari işletmeler arasında olduğu gibi STK'lar arasında da rekabet artmaktadır. Aynı alanda faaliyet gösteren ve aynı kitleye ihtiyaç duyan STK'lar, bağışçıların zamanı, çabası ve parası için ciddi bir rekabetle karşı karşıya kalırlar. Dolayısıyla STK'lar en önemli finansal kaynağı olan bağış ve yardımı toplayabilmeleri için rakiplerinden farklılaşmanın ve toplumun güvenini kazanabilmenin yeni yollarını belirlemek durumundadır.

Bu nedenle kar amacı gütmeyen kuruluşlar açısından toplumun kendilerini nasıl algıladıkları ve onlara güvenmeleri son derece önemlidir (Michaelidou vd., 2015:4). 'STK itibarı' toplumun, STK'ların uzun vadede kazanabileceği tutarlılık, inanılabilirlik ve güvenilirlik gibi nitelikleri hakkındaki değer yargıları" şeklinde açıklanabilir. Yoğun rekabetin yaşandığı bu alanda kurumsal itibar, sivil toplum kuruluşlarını rakiplerinin önüne geçirecek önemli bir araçtır (Bennett ve Rentschler, 2003: 209).

Güven kavramı uzun vadeli tüm ilişki biçimleri için önemli olup, grup ve kurumların amaçlarını, karşılıklı iş birliği çerçevesinde sağlıklı bir şekilde yerine getirmesinde mühim bir rol oynamakta, bireyler, gruplar ve kurumlar arasında şeffaf iletişimi oluşturarak, tartışmalara yönelik çözüm bulunmasına katkı sağlamaktadır (Pelenk Özel, 2011:1). Bu kavram sadece kar amaçlı örgüt veya kurum ve kuruluşlar için değil, gönüllülük temelli, toplumu daha iyi bir noktaya getirmeyi hedefleyen sivil toplum kuruluşları için de oldukça önemlidir.

İtibar kazanımının en önemli göstergelerinden birisi de güven verebilmektir. STK itibarı üzerinde çalışmaları bulunan ve STK'ların itibar ölçümü için bir ölçek de geliştiren Sarstedt ve Schloderer (2010:280)'e göre bir kuruluşun algılanan güvenilirliği kurum itibarı açısından önemli bir göstergedir. Ahlaki bir değer olarak güven, bireylere olduğu gibi kurumlara da güç verir. Bu değeri, gerek bireysel gerek kurumsal açıdan kazanmak kolay bir şey olmadığı gibi aynı zamanda ister bilinçli ister taksirli olarak yapılabilecek çok basit hatalar neticesinde çok kısa sürede kaybedilebilecek kırılgan bir değerdir (Geçikli vd., 2016:1551). Bu noktada hesap verebilirlik, şeffaflık, hizmet kalitesi, verimlilik, tutarlılık gibi iyi yönetim unsurları STK'ların güven kazanmasında dikkat etmesi gereken önemli değerler olarak sayılabilir.

Rekabet sadece kâr amaçlı kurumlarda değil, gönüllü kuruluşlar arasında da yaşanmaktadır. Sivil toplum kuruluşları da etkinliklerini duyurma, gönüllülerle iletişim kurma, maddi ve manevi yardımlara ulaşma, diğer kurumlarla işbirliği gibi faaliyetlerini etkileyecek olan alanlar sivil toplum kuruluşlarının sayılarının

artmasıyla beraber rekabet faktörünü de artırmıştır (Çabuk, 2017: 234). Sivil toplum örgütlerinin sayılarının artması toplum nezdinde kabul edilmesini de zorlaştırabilmektedir. Çünkü bazı sivil toplum örgütleri toplumun iyi niyetini suistimal edebilmekte, bireysel menfaatler üzerine faaliyetlerde bulunabilmekte ve bunun sonucunda da toplumsal güven sarsılmakta ve sivil toplum kuruluşlarına yönelik önyargılar oluşturmaktadır. Güven unsurunun oluşması için sivil toplum kuruluşları toplum yararına hizmet ettiğini, şahsi çikardan uzak durduğunu insanlara hissettirmelidir.

2022 yılı Dünya Bağış Endeksi Raporu'na göre Türkiye, bağış, gönüllülük ve tanımadığı birine yardım etme eğilimleri bakımından 119 ülke içerisinde 63. sırada bulunmaktadır (Dünya Bağış Endeksi Raporu, 2022). Indiana University Lilly Family School of Philanthropy tarafından hazırlanan 91 ülkede, bireylerin bağış yapma konusunda elverişli bir ortama sahip olup olmadığının, 1'den (en elverişsiz ortam) 5'e (oldukça elverişli ortam) kadar kullanmış olduğu bir ölçekle belirlendiği, ortalama genel puanın 3,63 olduğu "Küresel Filantropi Ortamı Endeksi 2022 Raporu"nda Türkiye'nin 2,61 oranına sahip olduğu belirtilmiştir (Küresel Filantropi Ortamı Endeksi, 2022). Bu nedenle kar amacıyla faaliyette bulunan kuruluşlar gibi STK'lar da hizmet sunumu için gerekli olan finansal kaynağında süreklilik oluşturma, üye sayısını artırma, nitelikli personeli ve gönüllü katılımcıları kazanabilme açısından kurumsal itibarlarına önem vermeleri gerekmektedir (Uçar vd., 2015:136). STK'ların faaliyetlerini kesintisiz bir şekilde yapabilmesi, ihtiyaç duyduğu bağış- yardımlara ulaşabilmesi, gönüllü kazanabilmesi ve toplum tarafından desteklenebilmesi için hedef kitlesi üzerinde güven duygusu oluşturmaları bir zorunluluktur.

Toplumun STK'lara güven duyması için gereken en önemli konulardan biri de denetim konusudur. Tüm kurumlar ve kuruluşlar üzerinde etkin ve tarafsız bir şekilde denetim yapılması, kamu kaynaklarının ve vatandaşlar tarafından iyi niyetle verilmiş bağış ve yardımların kişisel çıkar için kullanılmaması veya israf boyutuna varan harcamaların önlenmesi açısından önem taşımaktadır. Başta STK'ların ilgili organları olmak üzere STK'lar üzerinde denetim yetkisine sahip kamu kurumlarının da bu alanda vatandaşların şüphelerini giderici adımlar atması, denetim süreçleriyle ilgili bilgilerin kamuoyuyla şeffaf bir şekilde paylaşılması, şüpheleri ortadan kaldırmak için atılacak adımlardan bazılarıdır.

Kar amacı güden şirketlerde olduğu gibi STK'lar arasında da ortaya çıkan rekabet ortamı içerisinde vatandaşlardan ve kamu kurum ve kuruluşlarından alacağı bağış ve yardımların kesintiye uğramaması için toplumun STK'lara güven duyması gerekmektedir. Dolayısıyla STK'ların bağış ve yardım yapılmak için tercih edilen bir yer haline gelmesi, STK'ların halkla ilişkiler alanına

yoğunlaşması ve toplumun kendilerine olan güvenini zedeleyen alanları tespit ederek bu alanları iyileştirmesi gerekmektedir.

STK'ların bağışlarla ve dışarıdan temin edilen yardımlarla varlıklarını sürdürdükleri düşünüldüğünde de insanların bu STK'lara bağlılık duyması ve güvenmesi önemli bir mevzudur. Bu hususta insanların güven hissettiği ve bağlılık duyduğu STK'ların etkisinin de artabileceği tahmin edilmektedir. Bir STK'nın samimi duruşunun varlığı, belirli kurallara sahip olması ve ticari gayelerden uzak durması güven faktörünü inşa edebilmektedir. STK'lar toplumsal güveni kurmak ve bilinirliklerini artırmak gayesiyle etkinlikler yapabilirler. STK'lara toplumun güven seviyesinin yüksek olduğu bilinmesine rağmen bu güvenin ve bağlılığın devamlılığı mühimdir. Güvenin yaratılmasında ve sürdürülmesinde her faaliyet ve her paydaş kurum önemli bir pozisyona sahiptirler (Özgen, Aydoğdu ve Yıldız, 2020: 114).

Sivil Toplum Örgütleri toplumsal faydanın, toplumsal değişimin öncüsü pozisyonundadırlar. Bu denli anlamlı bir göreve sahip kurumlar için güven duygusu şarttır ve bunun sağlanması için de şeffaflık, toplumsallık, hesap verilebilirlik kavramları önem taşımaktadır (Özgen, 2017, p.116). Özellikle güven kavramının inşa edilmesiyle sivil toplum kurumları daha kolay bir şekilde etkinliklerine destek verecek gönüllü kişilere ulaşabileceklerdir. STK'lar, hem kamuoyu hem devlet kurumları ile sürekli ilişki ve işbirliği durumundadır. Güven kavramı aidiyet duygusu, destek kazanabilmek, biz duygusu oluşturabilmek için hayati öneme sahiptir.

Sivil toplum kuruluşları üzerine yapılan bir araştırmaya göre genel olarak baskı ve zorlama olmaksızın gönüllülüğe dayalı katılımın ön planda olduğu, toplum menfaatlerine göre davranıldığı, planlanan her hareketin kesinlikle topluma izah edilmesi gerektiği, sivil toplum kuruluşlarınca her uygulama sonrasında olumlu ya da olumsuz sorumlulukların üstlenilmesi gerektiği, uzun süreli iyi ilişkilerin kurulması ana unsurları meydana getirmektedir. Aynı araştırmaya göre, toplumda iz bırakabilmek için "biz" duygusunu oluşturabilmek oldukça önemlidir. Yardıma ihtiyaç duyan kişiler yalnızca maddi olarak bir beklenti içinde olmamakla birlikte duygularına hitap edilsin istedikleri için manevi destek de çok önemlidir. Dolayısıyla toplumdaki bireylerin beklentileri çeşitlilik göstermekle birlikte karşılıklı paylaşımlar ve değer unsuru ön planda bulunmaktadır. Sivil toplum kuruluşlarının vaatleri ile uygulamaları arasındaki uyum da aynı araştırma sonucuna göre ön planda olan unsurlardandır. Toplumsal güvenin kurulmasında bu uyum oldukça önemlidir. Bu noktada güven kavramı soyut olmakla birlikte geri bildirimler ile somut hale gelebilmektedir. Bahsi geçen somut veriler sayesinde sivil toplum kuruluşları toplum yansımalarını analiz edebilmekte ve eksikliklerini tamamlayabilmektedirler. Sivil toplum

kuruluşları açısından samimiyet ve güven arasında da bağ bulunmaktadır. Sivil toplum kuruluşları ne kadar samimi şekilde hareket ederse, hassas davranırsa o derece toplum tarafından iyi niyetle karşılanmaktadır. Güven arttığı surece ilişkiler de etkileşim de o kadar artmaktadır. Sivil toplum kuruluşlarına olan güveni azaltan bir durum ise sivil toplum kuruluşu himayesinde olmamasına rağmen sivil toplum kuruluşu adı altında faaliyetlerde bulunan kişilerdir. Bu şekilde sivil toplum kuruluşlarının isimleri üzerinden ticari amaçlar doğrultusunda faaliyetler gösterilmesi bunların gerçek kuruluşlarla hiçbir ilişkisi olmadığı halde STK'lara olan güveni sarsmaktadır. STK'ların varlıklarını devam ettirebilmeleri için güven kavramı oldukça önemlidir. Görüldüğü gibi bir sivil toplum kuruluşunun samimi duruşa sahip olması, belirli kurallarının oluşu ve ticari amaçlara mesafeli duruşu güven faktörünü kurabilmektedir (Özgen, Aydoğdu ve Yıldız, 2021: 176).

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Sivil toplum kuruluşlarını, toplumsal alanda gönüllülük esası üzerine organize olan, toplum ve devlet arasında bir köprü vazifesi üstlenen, toplumun çıkarlarını ve kamu yararını önceleyen bir alan olarak tanımlar isek bu kuruluşların sürekliliği için güven olgusu zaruri bir hal alır. STK'lar açısından itibar kazanımının en önemli şartlarından biri de güven verebilmektir. Güven kavramı ister bilinçli ister taksirli olarak yapılabilecek çok basit hatalar neticesinde çok kısa sürede kaybedilebilecek bir yapıdadır.

STK'lara duyulan güvenin önemi Türkiye'nin yaşadığı ve 10'dan fazla ilin etkilendiği 6 Şubat 2023 Depremi'nde bir kez daha ön plana çıkmıştır. Bu depremde sonra STK'lar çok hızlı bir şekilde deprem bölgesine ulaşmışlar ve ülkenin diğer kısımlarında bulunan kişilerden topladıkları bağışları ve yardımları depremzedelere ulaştırmışlardır. Fakat tam bu noktada STK'lara olan güveni zedeleyici tutumlar da yaşanmıştır. Örneğin en önemli sivil toplum örgütlerinden biri olan Kızılay'ın depremzedelere bir diğer sivil toplum örgütü üzerinden çadır satması bu kuruma olan güveni oldukça sarsmıştır. Bu olay sonrasında Kızılay'a kan bağışında bile düşüşler yaşanmış ve Kızılay kan stoku konusunda sıkıntıya düşmüştür. Aynı depremde AFAD'ın müdahalede geç kalması yine bu kuruma olan güveni sarsmıştır.

Görüldüğü üzere STK'lar her ne kadar toplumun en çok güvendiği kurumlar olsa da bireysel veya kurumsal hatalar bu kurumlara olan güveni düşürmektedir. Bu nedenle STK'lara inşa edilen güven titizlikle korunmalı, yöneticileri özenle seçilmeli, güven zedeleyici tutum ve davranışlardan uzak durulmalıdır.

KAYNAKÇA

- Abay, A. R. (2004). Sivil Toplum ve Demokrasi Bağlamında Sivil Dayanışma ve Sivil Toplum Örgütleri. 3. Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi, 24-26.
- Arslan, S., (2018). *Osmanlı'dan Günümüze Sivil Toplum Kuruluşları ve Vatandaşlık Eğitimine Katkıları*, Uluslararası Yönetim ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, 5 (9), s. 59-76.
- Bayartan, M., (2008). "Osmanlı Şehirlerinde Vakıflar ve Vakıf Sisteminin Şehre Kattığı Değerler", Osmanlı Bilimi Araştırmaları, Cilt 10, Sayı 1, s. 157-175.
- Bennett, R., and Rentschler, R. (2003). Foreword by the guest editors. Corporate Reputation Review, 6(3), 207-210.
- Çabuk, D., (2015). "Sivil Toplum Kuruluşlarının İtibarı: Türkiye'ye Yönelik Bir Ölçek Geliştirme Çalışması", Yayınlanmış Doktora Tezi, Antalya: Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Dulkadiroğlu, H., (2018). *Kalkınma Sürecinde Sivil Toplum Kuruluşları*, Özel İhtisas Komisyonu Raporu, On Birinci Kalkınma Planı (2019 – 2023), Ankara.
- Dünya Bağış Endeksi Raporu (2022). www.cafonline.org, 2022, Erişim Tarihi: 19.08.2023.
- Gündüz, A. Y. ve Kaya, M., (2015). *Küresel Dünyada Sivil Toplum Kuruluşlarının Ekonomik Kalkınmadaki Rollerine Bir Değerlendirme*, Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi (AKAD), 6 (10), s. 130-169.
- Geçikli, F., Erciş, M. ve Okumuş, M., (2016). *Kurumsal İtibarın Bileşenleri ve Parametreleri Üzerine Deneysel Bir Çalışma: Türkiye'nin Öncü Kurumlarından Biri*, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 20 (4), s. 1549-1562
- İçduygu, A., Meydanoğlu, Z., Sert, Ş. D., (2011). *Türkiye'de Sivil Toplum Bir Dönüm Noktası*, CIVICUS Uluslararası Sivil Toplum Endeksi Projesi (STEP), Türkiye Ülke Raporu II, TÜSEV Yayınları, No: 51.
- Kurt, S. ve Taş, H., (2015), Sivil Toplum Örgütlerinde Profesyonel ve Gönüllü Çalışma İlişkileri: Tehditler ve Fırsatlar, Hak İş Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi, 4 (8), s. 199-214.
- Keyman, F., (2004), *Sivil Toplum, Sivil Toplum Kuruluşları ve Türkiye*, STK ve Demokrasi Konferans Yazıları.
https://stk.bilgi.edu.tr/media/uploads/2015/02/01/keyman_std_4.pdf
Erişim Tarihi: 04.11.2022.

- Küresel Filantropi Ortamı Endeksi 2022 Raporu, www.developmentaid.org, Erişim Tarihi: 10.08.2023.
- Müller, K. ve Fernandes, M., (2021). A statute for European cross-border associations and non-profit organisations: European Added Value Unit. European Parliament, Strasbourg.
- Michaelidou, Nina; Micevski, M; Cadogan, John (2015). An evaluation of nonprofit brand image: towards a better conceptualization and measurement. Loughborough University, Loughborough.
- O'Regan, D., (2018), "Civil Society and Civil War Onset: What is the Relationship?", CISSM Working Paper.
- Özgen, E., Aydoğdu, İ. & Yıldız, E. (2020). Toplumsal Güven ve Sivil Toplum Kuruluşları: Eğitim, Sağlık, Çevre Kuruluşları Üzerine Bir Araştırma. Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi, 10 (2), 101-118.
- Özgen, E., Aydoğdu, İ. & Yıldız, E. (2021). *Sivil Toplum Kuruluşlarına Yönelik Güvenin Oluşması Kapsamında Bir Değerlendirme*. 4th International 'Communication In New World' Congress.
- Özdemir, S., Başel, H. ve Şenocak, H., (2010), *Sivil Toplum Kuruluşları (STK)'nın Artan Önemi ve Üsküdar'da Faaliyet Gösteren Bazı STK'lar Üzerine Bir Araştırma*, Journal of Social Policy Conferences, 0 (56), s. 151-234.
- Pelenk Özel, A. (2011). Sosyal Medya ve Güven: Hükümet, Sivil Toplum Örgütleri ve Ticari Kuruluşlara Yönelik Ampirik Bir Araştırma. AJIT-e: Academic Journal of Information Technology, 2 (4), 1-31.
- Sarstedt, M. ve Schloderer, M. P., (2010), *Developing a Measurement Approach for Reputation of Nonprofit Organizations*, International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing, 15, s. 276-299.
- Salamon, Lester M. (1999). America's Nonprofit Sector: A Primer, New York: The Foundation Center.
- Talas, D., (2011), *Sivil Toplum Kuruluşları ve Türkiye Perspektifi*, Türklük Bilimi Araştırmaları, (29), s. 387-401.
- Tekeli, İ. (2004). Katılımcı Demokrasi, Sivil Ağlar ve Sivil Toplum Kuruluşları. İstanbul: 15. STK Sempozyumu, 1-13.
- Türker, N. ve Ersen., T. B., (2020), *Sivil Toplum için Elverişli Ortam İzleme Matrisi 2019 Türkiye Raporu*, Sivil Toplum için Elverişli Ortamın İzlenmesi ve Geliştirilmesi Projesi, TÜSEV Yayınları, No: 88.
- Uçar, F., Gülmez, E., Mutlu, Ö., Erbaş, S. ve Gez, K., (2015), "Kar Amacı Gütmeyen Kurumların Kurumsal İtibarı: Kızılay Örneği", Selçuk İletişim, 8 (4), s. 131-153.

- Uslu, İ. (1999). “Bir Sosyal Siyaset Vasıtası Olarak Kar Gütmeyen Kuruluşlar: ABD Örneği”. Yayınlanmamış Doktora Tezi. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Werker, E. ve Ahmed., F. Z., (2007), “*What Do Non-Governmental Organizations Do?*”, Journal of Economic Perspectives, s. 08-04.
- Veltmeyer, Henry (2006), Latin Amerika ve Başka Kalkınma. (çev: Özkan Akpınar). İstanbul: Kalkedon.
- Zariç, S., (2018), “*Demokratikleşme Açısından Sivil Toplum ve Osmanlı’dan Türkiye Cumhuriyeti’ne Konumu*”, Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (31), s. 303-314.
- 4721 Sayılı Türk Medeni Kanunu (2001, 22 Kasım). Resmi Gazete (Sayı: 24607).

98. Bölüm

Makine Öğreniminde Veri Boyutunu Azaltma: Lineer Temel Bileşenler Analizi

Yunus BULUT ¹

Ayşegül HAN ²

1 Doç. Dr., İnönü Üniversitesi, Ekonometri Bölümü,
Orcid-id: 0000-0002-9108-4937, ybulut79@gmail.com

2 Doktora Öğrencisi, İnönü Üniversitesi, Ekonometri Bölümü, Orcid-id: 0000-0002-3390-2129,
aysegullhann@gmail.com

ÖZET

1. TEMEL BİLEŞENLER ANALİZİ (TBA)

Temel Bileşenler Analizi, bilgisayar bilimlerinde, biyo-bilişim yüz tanıma uygulamalarında, sıkıştırılmış görüntüler veya görüntülerin yeniden boyutlandırılmasında, yüksek boyutlu verilerden boyutlarının küçültülmesinde, çok boyutlu verilerde görselleştirme tekniklerinde vs. gibi çok geniş bir yelpazede kullanılan güdümsüz bir makine öğrenmesi aracıdır (Jo vd., 2020). En genel haliyle; temel bileşenler analizinde amaç, gelişigüzel seçilmeyen vektörler ile yeni bir koordinat sistemi elde etmektir. İlk temel bileşen, orijinal özelliklerdeki en büyük varyans miktarını açıklayacak şekilde hesaplanır. İkinci bileşen birinciye ortogonaldır ve ilk temel bileşenden sonra kalan en büyük varyans miktarını açıklar.

TBA, ilişkili değişkenler kümesini, temel bileşenler (TB) adı verilen daha küçük ilişkisiz değişkenler kümesine dönüştüren matematiksel bir prosedürdür. Bu TBler, orijinal değişkenlerin doğrusal kombinasyonlarıdır ve yeni değişkenler olarak düşünülebilir.

Değişkenlerin grafikleri çizilerek, veri setindeki aykırı değerler bulunabilir ancak çok değişken olması durumunda aykırı değerleri belirlemek zorlaşır. TBA, verilerin daha az sayıda boyutta görüntülenmesini sağlayacağından veri setindeki aykırı değerlerin belirlenmesi kolaylaşır. TBA, benzer gözlemlerin nasıl gruplandırılacağı hakkında bir fikir verir. Gözlemlerin sınıflandırmaları zaten biliniyorsa, sınıflandırmaları tahmin etmenin yollarını geliştirmeye yardımcı olmak için TBA kullanılabilir.

Regresyon analizinde; bağımsız değişkenler birbirleriyle yüksek oranda ilişkili olduğunda, iç korelasyon veya çoklu bağlantı olduğu söylenir. Bu, katsayıların tahminlerinin kararsız olmasına neden olabilir, yani örnekten örneğe, katsayılar çok fazla değişkenliğe sahip olabilir. Bu nedenle, bağımsız ve bağımlı bir değişkenin nasıl ilişkili olduğunu inceleyerek yorumlamak, iyi sonuçlar vermeyebilir. Regresyona dayalı bir tahmin modeli oluşturmak için, mümkün olduğu kadar çok ilgili tahmin ediciye sahip olmak, tahminlerin daha yansız olmasını sağlayacaktır. Burada en büyük zorluk, ilgili tahmin edicileri bulmaktır. Tahmin edicilerin alakalı olması için, bağımlı değişkenin varyansını açıklamaları gerekir. Bazı durumlarda çok fazla tahminci (yüksek boyutluluk) ve aşırı uydurma riski ile karşılaşılır. TBA mantığı, daha büyük varyanslar oluşturan yeni değişken kombinasyonları bulmaktır. Bu, bilgi teorisindeki entropi kavramına benzer, yani entropisi büyük olan değişken daha fazla bilgiye sahiptir. Değişkenler yüksek oranda ilişkili ise genellikle TBA kullanılarak daha küçük bir değişken kümesiyle de katsayı tahminleri yapılabilir.

TBA, öncelikle diğer analizlerle takip edilecek sürecin bir ön çalışması olarak kullanılır. TBA'nın amacı, verilerin gerçek boyutunu keşfetmek ve yeni TBleri yorumlamaya çalışmaktır (Johnson ve Wichern, 2007).

TBler, incelenen değişkenlerin doğrusal kombinasyonlarıdır. Orijinal değişkenlerin her biri için ağırlıklar, TBlere anlam verebilir. Örneğin, doğrusal kombinasyonda sıfır ağırlık, belirli bir orijinal değişkenin yeni değişken için önemli olmadığı anlamına gelebilir. Algoritma doğrusal olarak uygulandığında, (m-n) boyutları atarak kaybedilen bilgi/varyans miktarını en aza indirmek amacıyla m boyutlu girdi alanını n boyutlu ($n < m$) çıktı alanına dönüştürür. TBA, çıkarılacak m-n boyutlu bilgi ile analizlere bir ön hazırlık yapar. Bunu daha az varyansa sahip değişkenleri analizden çıkararak inceler. Temel bileşenler regresyonu ile, yeni dönüştürülen değişkenler (temel bileşenler) tamamen güdümsüz bir şekilde hesaplanır (Hastie vd., 2001).

1.1. Temel Bileşenler Analizi Algoritması

TBler, birbirleri ile ilişkisiz olmalıdır. Elde edilen birinci TB, verilerde mümkün olduğu kadar çok değişkenliği hesaba katar. Ardışık her ana bileşen, verilerde mümkün olduğu kadar çok değişkenliği hesaba katar.

$p \times 1$ boyutlu $\mathbf{x}$ değişkeninin $\mathbf{x} \sim (\boldsymbol{\mu}, \boldsymbol{\Sigma})$ dağıldığını kabul edelim. Burada herhangi bir dağılıma uygunluk söz konusu değildir. Birinci TB,

$$\mathbf{y}_1 = \mathbf{a}'_1(\mathbf{x} - \boldsymbol{\mu}) = a_{11}(x_1 - \mu_1) + a_{21}(x_2 - \mu_2) + \dots + a_{p1}(x_p - \mu_p)$$

eşitliği ile verilir. Elde edilen bu TB, tüm $\mathbf{a}_1$ ler üzerinden $Var(\mathbf{a}'_1(\mathbf{x} - \boldsymbol{\mu}))$ varyansını maksimum yapar. Burada $\mathbf{a}_1$, $p \times 1$ boyutlu bir vektördür. Varyansın maksimum değeri, $\boldsymbol{\Sigma}$ 'nın en büyük özdeğeridir ve λ_1 ile gösterilir. $Var(\mathbf{a}'_1(\mathbf{x} - \boldsymbol{\mu}))$, maksimize edildiğinden, yeni değişken y_1 , $\mathbf{x}$ 'in mümkün olduğu kadar çok değişkenliğini açıklayacaktır. İkinci TB, $\mathbf{y}_2 = \mathbf{a}'_2(\mathbf{x} - \boldsymbol{\mu})$ ile ifade edilir. Burada, tüm $\mathbf{a}_2$ ler üzerinden $Var(\mathbf{a}'_2(\mathbf{x} - \boldsymbol{\mu}))$ varyansı maksimumdur. Elde edilen birinci ve ikinci TBler ilişkisizdir. Bu ilişkisizlik, $\mathbf{a}_1$ ve $\mathbf{a}_2$ vektörlerinin ortogonal olması ile sağlanır. Varyansın maksimum değeri, $\boldsymbol{\Sigma}$ 'nın ikinci en büyük özdeğeridir ve λ_2 ile gösterilir (Johnson ve Wichern, 2007: 432). Bu süreç devam ettirilerek, gerekli diğer TBler de elde edilir.

Özvektörler ortogonal olduğu için TBler de ortogonaldır. Böylece, elde edilen TBler ile ortogonal bir eksen sistemi kurulabilir. Yani; elde edilen n tane TB ile n-boyutlu koordinat sistemi oluşturulur. Elde edilen tüm eksenler birbirine ortogonaldır.

n değişkenden elde edilen kovaryans matrisi

$$\Sigma = \begin{bmatrix} \sigma_{11} & \sigma_{12} & \cdots & \sigma_{1n} \\ \sigma_{21} & \sigma_{22} & \cdots & \sigma_{2n} \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ \sigma_{n1} & \sigma_{n2} & \cdots & \sigma_{nn} \end{bmatrix}$$

ile ifade edilir. Bu matrisin diyagonal (birinci köşegen) elemanlarının toplamı toplam varyansı verir. Yani toplam varyans;

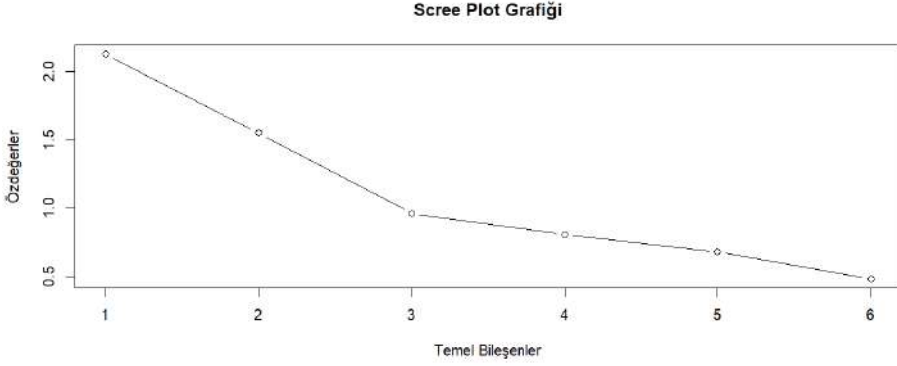
$$iz(\Sigma) = \sum_{i=1}^n \sigma_{ii} = \sigma_{11} + \sigma_{22} + \dots + \sigma_{nn}$$

eşitliği ile tanımlanır (Shen ve Huang, 2008). Bu ifade, orijinal değişkenlerin toplam varyansının bir ölçüsü olarak düşünülebilir. Matris cebiri yardımıyla; $iz(\Sigma) = \sum_{i=1}^n \lambda_i$ olduğu açıktır. Dolayısıyla j. TBnin öneminin bir ölçüsü olarak $\frac{\lambda_j}{\sum_{i=1}^p \lambda_i}$ ifadesi yazılabilir. $Var(y_j) = \lambda_j$ olduğu göz önüne alınırsa; bu değer ne kadar büyük olursa, j. TBnin hesaba kattığı değişkenlik o kadar fazla olur. TBA'inde $\frac{\lambda_j}{\sum_{i=1}^p \lambda_i}$ değerlerinin mümkün olduğu kadar büyük ve bu oranların toplamının mümkün olduğunca 1'e yakın olacak şekilde en az TB sayısını bulmak amaçlanır.

TBAda, veri seti değişkenliğinin çoğunun hesaba katıldığı en küçük TB sayısını bulmak amaçlanır. Boyutluluk esas olarak sıfır olmayan (veya sıfıra yakın) özdeğerlerin sayısına karşılık gelir. TB sayısı belirlenirken genellikle iki süreç gözönünde bulundurulur. Bunlardan ilki $0 < \gamma < 1$ olmak üzere arzu edilen $\%100\gamma$ açıklanabilen varyansı ile TBlerin ve orijinal değişkenlerin izlerinin karşılaştırılmasıdır. Yani; $\frac{\sum_{j=1}^m \lambda_j}{\sum_{i=1}^n \lambda_i} > \gamma$ eşitsizliğini sağlayan en küçük m değeri aranır. Bulunan m değeri, TBlerin sayısını verir.

İkinci yol olarak; scree plot grafiği çizilir. Burada 1, 2, ..., n ile $\lambda_1, \lambda_2, \dots, \lambda_n$ özdeğerlerinin grafiği çizilir. Çizim seviyesindeki noktalar 0'a yaklaştığında, karşılık gelen TBlerin incelenen verilerin açıklanmasında çok fazla bilgi barındırmadığı varsayılır. m değeri, grafiğin sıfıra yaklaşımadan önceki özdeğerlerin sayısı ile belirlenir.

Aşağıdaki şekilde altı temel bileşeni olan bir durum için scree plot grafiği görülmektedir:



Grafikte $i=3$ civarında bir dirsek oluşur. Yani, TB3'ten sonraki özdeğerlerin hepsi nispeten küçük ve yaklaşık aynı büyüklüktedir. Bu durumda, başka bir kanıt olmaksızın, üç örnek temel bileşenin toplam örnek varyansını etkili bir şekilde özetlediği görülmektedir.

1.2.

1.3. Temel Bileşenler Analizinde Tahmin

μ ve Σ genellikle bilinmediğinden, hesaplamalarda sırasıyla bu parametrelere karşılık gelen

$$\hat{\mu} = \frac{1}{N} \sum_{r=1}^N x_r$$

ve

$$\hat{\Sigma} = \frac{1}{N-1} \sum_{r=1}^N (x_r - \hat{\mu})(x_r - \hat{\mu})'$$

tahmincileri kullanılır. Dolayısıyla, $j = 1, 2, \dots, n$ için $\hat{y}_j = \hat{a}_j'(x - \hat{\mu})$ formu kullanılır. Burada $\hat{\Sigma}$ nın j . en büyük özdeğeri $\hat{\lambda}_j$ ve bu özdeğere karşılık gelen özvektör $\hat{a}_j$ dır (Pyatykh vd., 2013).

Bu metod ile elde edilen TBA ile ilgili bazı problemler vardır; orijinal değişken seti ilişkisiz ise TBA ile bir sonuca varılamaz, TBler orijinal değişkenlerin doğrusal kombinasyonları olduğundan, TBA genellikle değişkenleri ortadan kaldırmaz ve orijinal değişkenlerin aynı birimlerde ölçülmesi ve orijinal değişkenlerde benzer varyanslara sahip olmasına neden olur. TBA büyük ölçüde orijinal değişkenlerin varyanslarını incelemeye dayandığından daha büyük varyanslı değişkenler analizdeki diğer değişkenlere daha baskın olur. Bu soruna bir çözüm olarak, standartlaştırılmış verilerin

kullanılması önerilir. Eşdeğer olarak, Σ kovaryans matrisi yerine $\mathbf{P}$ korelasyon matrisi kullanılır, çünkü $\mathbf{P}$ standartlaştırılmış tesadüfi değişkenlerin kovaryans matrisidir.

1.4. P Korelasyon Matrisi ile TBA

TBA yapılırken, genellikle değişkenlerde ölçülen farklı nicel ölçeklerle ilgili sorunu ortadan kaldırmak için Σ kovaryans matrisi yerine $\mathbf{P}$ korelasyon matrisi kullanılır.

Benzer şekilde, $\mathbf{P}$ korelasyon matrisi bilinmediğinden tahmini $\mathbf{R}$ korelasyon matrisi kullanılır. Bu matristen elde edilen özdeğerler $\hat{\lambda}_j^*$ ile ve bu özdeğerlere karşılık gelen özvektörler ise $\hat{\mathbf{a}}_j^*$ ile gösterilir. TBler belirlenirken; değişkenliğin % γ sı hesaplanır, scree plot eğrisi çizilir ve 1den büyük özdeğerlerin sayısı bulunur. Analize standartlaştırılmış veriler ile başlanır. Eğer temel bileşen bir orjinal değişkenin varyansından daha büyük değilse, bu temel bileşenler hesaplamalarda gözardı edilir.

Herbir gözlem değeri için, j. temel bileşen değeri veya skoru

$$\hat{y}_{rj}^* = \hat{\mathbf{a}}_{rj}' \mathbf{z}_r$$

ile hesaplanır. Bu hesaplama her j. TB ve r. gözlem değeri için yapılır.

$\hat{\mathbf{a}}_j'^* = [\hat{a}_{1j}^*, \hat{a}_{2j}^*, \dots, \hat{a}_{nj}^*]$ bileşenleri, $\hat{\mathbf{a}}_j^*$ vektöründen elde edilecek TBlerin yorumlanmasında kullanılır. Bazen $\hat{\mathbf{a}}_j'^*$ ile $\hat{\mathbf{a}}_j^*$ arasındaki karşılaştırmalar dikkate alınır. Çünkü özvektörlerin boyu 1 olacak şekilde normleştirildiğinden, karşılaştırmalar yanıltıcı olabilir. Bu karşılaştırmaları yapmak için TBler kendilerine karşılık gelen özdeğerler ile ağırlıklandırılır. Bu ağırlıklandırma;

$$\hat{\mathbf{c}}_j^* = \hat{\lambda}_j^{*1/2} \hat{\mathbf{a}}_j^*$$

ile ifade edilir. Böylece elde edilen vektör $\sqrt{\hat{\lambda}_j}$ uzunluğuna sahiptir. $\hat{\mathbf{c}}_j^*$ vektörlerine, bileşen yük vektörleri adı verilir. $\hat{\mathbf{c}}_j^*$ vektörü içerisindeki i. bileşen, standartlaştırılmış i. orijinal değişken ile j. temel bileşen arasında tahmini korelasyonu verir. i. bileşen, $r_{z_i, y_j} = \hat{a}_{ij}^* \sqrt{\hat{\lambda}_j}$ şeklindedir (Boik, 2003). Matematiksel olarak bu durum;

$$\begin{aligned}
Cov(x_i, y_j) &= Cov(x_i, \mathbf{a}'_j(\mathbf{x} - \boldsymbol{\mu})) \\
&= Cov(x_i, a_{1j}(x_1 - \mu_1) + \dots + a_{nj}(x_n - \mu_n)) \\
&= Cov(x_i, a_{1j}x_1 + \dots + a_{nj}x_n) \\
&= \sum_{i'=1}^n a_{i'j} Cov(x_i, x_{i'}) \\
&= \lambda_j a_{ij}
\end{aligned}$$

adımları ile elde edilir (Croux ve Haesbroeck, 2000). Özvektörün tanımından, son adımda $\Sigma \mathbf{a}_j = \lambda_j \mathbf{a}_j$ elde edilir. Yani:

$$\begin{aligned}
\begin{bmatrix} \sigma_{11} & \sigma_{12} & \dots & \sigma_{1n} \\ \sigma_{21} & \sigma_{22} & \dots & \sigma_{2n} \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ \sigma_{n1} & \sigma_{n2} & \dots & \sigma_{nn} \end{bmatrix} \begin{bmatrix} a_{1j} \\ a_{2j} \\ \vdots \\ a_{nj} \end{bmatrix} &= \lambda_j \begin{bmatrix} a_{1j} \\ a_{2j} \\ \vdots \\ a_{nj} \end{bmatrix} \\
\Leftrightarrow \begin{bmatrix} \sigma_{11}a_{1j} + \dots + \sigma_{1n}a_{nj} \\ \sigma_{21}a_{1j} + \dots + \sigma_{2n}a_{nj} \\ \vdots \\ \sigma_{n1}a_{1j} + \dots + \sigma_{nn}a_{nj} \end{bmatrix} &= \begin{bmatrix} \lambda_j a_{1j} \\ \lambda_j a_{2j} \\ \vdots \\ \lambda_j a_{nj} \end{bmatrix}
\end{aligned}$$

matris eşitliği yardımıyla özdeğerler bulunur.

$Cov(x_i, y_j) = \lambda_j a_{ij}$ özdeşliği yardımıyla,

$$\rho_{x_i, y_j} = \frac{Cov(x_i, y_j)}{\sqrt{Var(x_i)}\sqrt{Var(y_j)}} = \frac{\lambda_j a_{ij}}{\sqrt{\sigma_{ii}}\sqrt{\lambda_j}} = \frac{\sqrt{\lambda_j} a_{ij}}{\sqrt{\sigma_{ii}}}$$

Eşitliği yani i. orijinal değişken ile j. TB arasındaki korelasyon elde edilmiş olur. Eğer x_i yerine standartlaştırılmış z_i değişkeni kullanılırsa, $\sigma_{ii} = 1$ ve $\rho_{z_i, y_j} = a_{ij}^* \sqrt{\lambda_j}$ elde edilir.

2. MAKİNE ÖĞRENİMİNDE LİNEER TEMEL BİLEŞENLER ANALİZİ (LTBA)

Modern veri odaklı uygulamalarda, veri kümeleri genellikle çok sayıda özellik veya boyut içermektedir. Boyutların artması yalnızca hesaplama zorluklarına yol açmakla kalmayıp aynı zamanda boyutluluk sorununu da beraberinde getirmektedir. Boyut sayısı arttıkça veriler daha seyrek hale gelmekte ve veri uzayının hacmi katlanarak genişlemektedir (Ghods, 2006). Sonuç olarak, mevcut veri noktaları altta yatan veri yapısını yeterince temsil etmek için yetersiz hale

gelmekte ve makine öğrenimi algoritmalarının etkili bir şekilde genelleme yapmasını zorlaştırmaktadır. Boyutluluk sorunu, tahmin modellerinin performansını engellemekte, hesaplama süresini arttırmakta ve aşırı uyuma yol açabilmektedir.

Lineer Temel Bileşenler Analizinin (LTBA) öneminin temel nedenlerinden biri, yüksek boyutlu veri kümelerindeki özellik sayısını azaltma yeteneğinde yatmaktadır. Hızla gelişen makine öğrenimi alanında, boyutsallık azaltma, yüksek boyutlu veri kümelerinin yarattığı karmaşıklıklarla başa çıkmaya ve değerli örüntüleri verimli bir şekilde çıkarmaya hizmet eden temel bir teknik olarak çok önemli bir rol oynamaktadır. Boyut indirgeme süreci, en önemli bilgileri korumaya çalışırken verileri daha düşük boyutlu bir uzaya dönüştürmeyi içerir, böylece veri analizini basitleştirmekte ve hesaplama verimliliğini arttırmaktadır. TBA gibi boyut azaltma yöntemleri, özellik sayısını azaltarak daha iyi veri temsili ve görselleştirmesine katkıda bulunmakta, veri yapısının daha iyi anlaşılmasını ve çeşitli uygulamalarda daha etkili karar vermeyi sağlamaktadır (Hassan vd., 2018).

Makine öğreniminde temel bileşenler analizi ile birçok çalışma yapılmıştır. Howley vd. (2006) yüksek boyutlu spektral verileri azaltmak ve bazı iyi bilinen makine öğrenimi yöntemlerinin tahmin performansını artırmak için temel bileşen analizinin kullanımını araştırmış ve çalışmaları, yüksek boyutlu bir spektral veri kümesi üzerinde gerçekleştirmiştir. Bu deneylerde, kemometri alanında spektral sınıflandırma için kullanılan ve yaygın olarak kullanılan özvektör ayrıştırma yaklaşımından daha verimli bir alternatif olan NIPALS (Doğrusal Olmayan Yinelemeli Kısmi En Küçük Kareler) TBA yöntemi kullanılmıştır. Deneyler, bu TBA yönteminin kullanımının yüksek boyutlu verilerin sınıflandırılmasında makine öğreniminin performansını artırabileceğini göstermektedir.

Zhang ve Yang (2016) klasik TBA yaklaşımının, bellek ve depolama zorlukları nedeniyle büyük verilere uygulanmadığı için yeni bir yaklaşım önermişlerdir. Temel fikir, verileri satırlara göre tarayarak bir dizi yeterli istatistik elde etmektir. Takip analizinde doğrusal regresyon yaklaşımı kullanılırsa, önerilen yaklaşımın kesin çözümler sağlayabileceğini göstermektedir.

Kumar vd. (2017) TBA'yı kullanarak ve yanlış sınıflandırma hatasını hesaplamak için veri kümesini eğitim, çapraz doğrulama ve test kümesine bölme kavramını uygulayarak söz konusu problem ifadesine odaklanmışlar ve TBA ile istenen tanıma sisteminin adım adım geliştirilmesi için bir yol haritası sunulmasını amaçlamışlardır. Test görüntüsü için veri tabanından eşleşen görüntüyü bulmak için de TBA kullanmışlardır. Reddy vd. (2020) makine öğreniminde iki öncü boyut azaltma tekniği olan TBA ve Lineer Diskriminant Analizini incelemişlerdir. Kaliforniya Üniversitesi ve Irvine Makine Öğrenimi

Deposundan halka açık Kardiyotokografi veri setini kullanmışlardır. Çalışma sonucunda, veri kümelerinin boyutluluğu yüksek olduğunda TBA ile ML algoritmalarının daha iyi sonuçlar ürettiği görülmüştür. Veri kümelerinin boyutluluğu düşük olduğunda ise boyut indirgemesiz ML algoritmalarının daha iyi sonuçlar verdiği gözlemlenmiştir.

Amir vd. (2020), Farsça el yazısı rakam sınıflandırması için en büyük veri kümesi olan Hoda veri kümesi için yararlı ayırt edici özellikleri çıkarmak için ince ayarlı bir derin sinir ağı kullanmıştır. Daha sonra, sınıflandırma kısmı için bu özellikler doğrusal bir Destek Vektör Makinesi'ne beslenmiştir. Bir sonraki deneyde, doğruluğu ve hesaplama yükünü artırmak için çıkarılan özelliklerin ölçümlerini azaltmak için TBA'yı kullanıp, ardından Destek Vektör Makinesi'ne beslenmiştir. Çalışma sonuçları, hassasiyet hesaplaması açısından, önerilen yaklaşımının diğer yaklaşımlardan daha güçlü olduğunu göstermiştir.

Bharadiya (2023) ağ verileri üzerinde makine öğrenimi teknikleri kullanılarak anomali tespitinin sınıflandırma zorluğunu açıklamıştır. Ağ IDS için KDD99 veri kümesi kullanılarak, boyutsallık azaltma ve sınıflandırma teknikleri araştırılmış ve değerlendirilmiştir. Boyut azaltma için Temel Bileşen Analizi ve sınıflandırma için Destek Vektör Makinesi dikkate alınmış ve sonuçlar incelenmiştir. Sonuçlar, girdi verilerinin boyutunu azalttıkça sınıflandırma için yürütme süresinin azaldığını ve ayrıca sınıflandırma algoritmasının kesinlik ve geri çağırma parametre değerleri, yanlış sınıflandırma sayısı azaldıkça TBA yöntemli Destek Vektör Makinesinin daha doğru olduğunu sonuçlar verdiğini göstermiştir.

3. Simülasyon Çalışması

Bu bölümde makine öğreniminde lineer temel bileşenler analizinin uygulaması normal dağılımlı ve Weibull dağılımlı rassal değişkenler ile yapılan tahmin sonuçları R ile hesaplanmıştır.

Çalışma kapsamında, veri madenciliği ve istatistiksel modelleme işlemleri için “*caret*”, veri görselleştirmesi yapmak için “*ggplot2*”, temel bileşenler analizi sonuçlarını görselleştirmek için “*factoextra*” ve biplot grafiği oluşturmak için “*ggbiplot*” paketleri kullanılmıştır. TBA analizi için “*stats*” paketi içerisinde yer alan “*prcomp*” fonksiyonu kullanılmıştır.

100 gözlem 5 değişken ve 100 gözlem 10 değişkenden oluşan normal dağılımlı ve Weibull dağılımlı rassal veri setleri %80 eğitim ve %20 test serisi olarak ayrılmıştır. Modelin aşırı uyma gibi sorunlarını tespit etmek ve modelin gerçek dünya verileri üzerindeki performansını daha iyi değerlendirmek için çapraz doğrulama kullanılmıştır. Çapraz doğrulamada “*trainControl*” fonksiyonu ile kontrol parametreleri ayarlanmıştır.

Örnek 1. 100 gözlem ve 5 değişkenden oluşan normal dağılımlı rassal veri seti için lineer temel bileşenler analizi

```
> pca_model <- train(X1 ~ ., data = train_data, method = "pca",
, trControl = ctrl)
```

```
> summary(pca_model)
```

```
Number of components considered: 3
TRAINING: % variance explained
      1 comps  2 comps  3 comps
x      31.5895  60.5574  81.76
.outcome 0.1325  0.5222  12.75
```

Bu analizde, 3 bileşenin dikkate alındığı görülmektedir. İlk bileşen, veri setinin varyansının %31.59'unu, ilk iki bileşen ise %60.56'sını açıklamaktadır. Üç bileşen kullanıldığında, toplam varyansın %81.76'sı açıklanmaktadır. Bağımlı değişkenin varyansı ise ilk bileşen ile %0.1325, ilk iki bileşen ile %0.5222 ve ilk üç bileşen ile %12.75 şeklinde açıklanmaktadır.

```
> pca <- prcomp(train_data)
```

```
> print(pca)
```

```
Standard deviations (1, ..., p=5):
[1] 1.1157174 1.0791603 1.0378980 0.8456030 0.7280238
```

```
Rotation (n x k) = (5 x 5):
```

	PC1	PC2	PC3	PC4	PC5
x1	-0.17696354	-0.40125054	-0.53656361	-0.006869915	-0.7209259
x2	-0.36938427	0.03173964	0.24109522	0.889503567	-0.1149102
x3	0.05651685	-0.10061764	0.79043546	-0.257423049	-0.5437160
x4	-0.70078036	0.62501005	-0.06040259	-0.313466536	-0.1279046
x5	0.58133630	0.66123304	-0.15979956	0.210257729	-0.3937953

Dönüşüm matrisi (rotation matrix), orijinal değişkenlerin nasıl birleştirilerek temel bileşenlere dönüştürüldüğünü gösterir. Her bir temel bileşenin, orijinal değişkenleri nasıl ağırlıklı bir şekilde içerdiğini gösteren katsayılar bu matriste yer alır. X1 değişkeninin birinci bileşen (PC1) yönündeki ağırlığı, bu bileşenin temsil ettiği yönünü ifade eder. X1 değişkeni PC1 bileşeniyle ters yönde değişir. Yani, X1 değişkeninin değeri artarken PC1 bileşeni azalır veya tam tersi durumda, X1 değişkeninin değeri azalırken PC1 bileşeni artar. Bu, değişkenler arasındaki ters ilişkiyi ifade eder.

```
> summary(pca, loadings = TRUE)
```

Importance of components:

	PC1	PC2	PC3	PC4	PC5
Standard deviation	1.1157	1.0792	1.0379	0.8456	0.728
Proportion of Variance	0.2631	0.2461	0.2277	0.1511	0.112
Cumulative Proportion	0.2631	0.5092	0.7369	0.8880	1.000

Standard deviation, her bir temel bileşenin standart sapmalarını gösterir. Bu, bileşenlerin ne kadar değiştiğini ve verinin nasıl dağıldığını gösterir. PC1'in standart sapması 1.1157 iken, PC5'in standart sapması 0.728'dir. Bu, PC1'in verinin dağılımını daha fazla yakaladığını, PC5'in ise daha az yakaladığını gösterir.

Proportion of Variance, her bir bileşenin toplam varyanstaki yüzdesini gösterir. PC1 bileşeni, toplam varyansın %26.31'ini açıklar. Diğer bileşenler sırasıyla sırasıyla %24.61, %22.77, %15.11 ve %11.2'lik varyansları açıklar. PC1 ve PC2, toplam varyansın yarısından fazlasını açıkladığı için verinin önemli özelliklerini taşıyor gibi görünmektedir.

Cumulative Proportion, kümülatif varyans yüzdesini gösterir. Bu, belirli bir bileşenin toplam varyansı ne kadarını açıkladığını gösterirken, önceki bileşenlerin yüzdeye katkısını da dikkate alır. İlk iki bileşen toplam varyansın %50.92'sini açıkladığı için, bu bileşenlerin verinin büyük bir kısmını temsil ettiği görünmektedir.

```
> eigenvalues <- pca_model_all$sdev^2
```

```
> eigenvalues
```

```
[1] 1.2381773 1.1354205 0.8309727 0.7150150
```

Özdeğerler, her bir temel bileşenin değişkenliğini ölçer. Bu özdeğerler, temel bileşenlerin sıralı bir şekilde büyüklüğünü gösterir. Büyük özdeğerlere sahip bileşenler, veriyi daha iyi temsil ederken, küçük özdeğerlere sahip bileşenler daha az önemli olabilir. Buna göre, PC1 ve PC2 özdeğerleri diğerlerine göre daha büyüktür. Bu da PC1 ve PC2 bileşenlerinin verinin daha büyük bir kısmını yakaladığını ve veriyi daha iyi temsil ettiğini gösterir. PC3 ve PC4 özdeğerleri daha küçüktür, bu nedenle bu bileşenler verinin daha az değişkenliğini yakalayabilir ve daha az önemli olabilir.

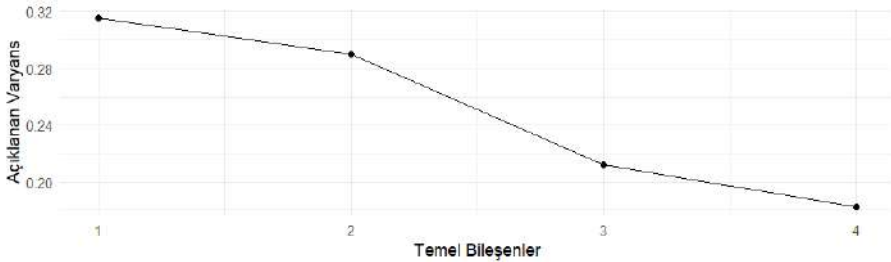
```
> scree_data <- data.frame(Principal_Component = 1:length(pca_model_all$sdev), + Variance_Explained = (pca_model_all$sdev^2) / sum(pca_model_all$sdev^2))
```

```
> scree_data
```

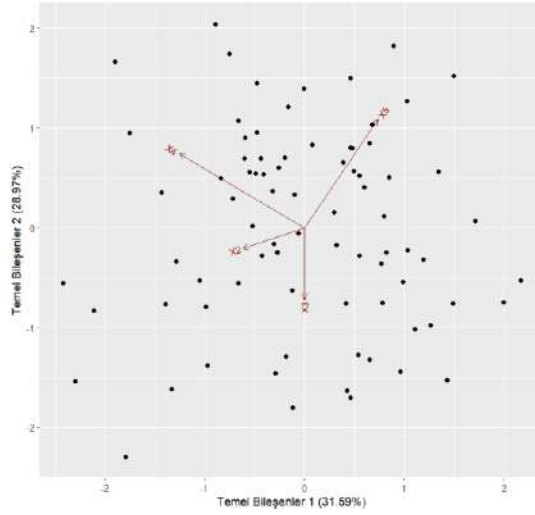
	Principal_Component	Variance_Explained
1	0.3158950	
	2	0.2896787
	3	0.2120053
	4	0.1824211

Bu sonuçlar, her bir bileşenin açıkladığı varyansın yüzde cinsinden ne kadar olduğunu gösterir. Temel bileşen analizinde, bileşenlerin sıralı bir şekilde büyükten küçüğe doğru dizilmesi alışılga gelmiş bir yaklaşımdır. Burada ilk bileşen (PC1) %31.59'luk bir varyansı açıklıyor, ikinci bileşen (PC2) %28.97'lik bir varyansı açıklamaktadır.

Scree plot grafiği, bileşenlerin sıralı olarak varyansı ne kadar iyi açıkladığını gösterir. Grafiğin yukarı doğru gittiği kısmında, açıklanan varyans daha hızlı artar. Ancak, bu artış bir noktadan sonra yavaşlar. Elde edilen sonuçların scree plot grafiği ile gösterimi aşağıdaki gibidir:



Biplot grafiği, veri setindeki gözlemleri ve değişkenleri aynı grafikte temsil eder. Gözlemler noktalar olarak, değişkenler ise oklar olarak ifade edilir. Bu grafik, veri setinin boyutunu azaltarak veriyi daha anlaşılır bir şekilde görselleştirmeye yardımcı olur. Elde edilen sonuçlara ait biplot grafiği aşağıdaki gibidir:



Grafik sonuçlarına göre, birinci bileşen veri setindeki değişkenliğin %31.6'sını, ikinci bileşen veri setindeki değişkenliğin %29'unu açıklar.

Örnek 2. 100 gözlem ve 10 değişkenden oluşan normal dağılımlı rassal veri seti için lineer temel bileşenler analizi

```
> pca_model <- train(x1 ~ ., data = train_data, method = "pca",
  control = ctrl)
```

```
> summary(pca_model)
Number of components considered: 1
TRAINING: % variance explained
      1 comps
X      17.8003
.outcome 0.2369
```

```
> pca <- prcomp(train_data)
```

```
> print(pca)
Standard deviations (1, ..., p=10):
[1] 1.2818743 1.1938068 1.1685424 1.0340706 1.0060566
     0.9503468 0.9118487 0.8615036 0.7548759 0.6660332
Rotation (n x k) = (10 x 10):
      PC1      PC2      PC3      PC4      PC5
X1  0.089773 -0.02549  0.467227  0.017269  0.305574
X2 -0.0222  -0.6066  -0.15883  0.061474 -0.49154
X3 -0.16353 -0.07763 -0.45787 -0.31296 -0.10107
X4  0.669809 -0.02006 -0.17928  0.063553 -0.17164
X5 -0.02769  0.280196 -0.31338  0.37836  0.289393
X6 -0.11098 -0.11978  0.064564 -0.73108 -0.15634
X7  0.059372 -0.4946  -0.07843  0.160735  0.211293
```

x8	0.261333	-0.2408	0.562856	-0.41062	-0.04544
x9	-0.38202	0.310363	0.292694	0.129092	-0.59877
x10	0.534057	0.364923	-0.06066	-0.07202	-0.33453
	PC6	PC7	PC8	PC9	PC10
x1	0.067821	0.162463	0.009396	0.804835	-0.02176
x2	0.159507	0.447953	-0.01158	0.147968	-0.33585
x3	0.072329	-0.61861	0.217577	0.438948	-0.14665
x4	0.322123	-0.17346	-0.48004	0.114885	0.32837
x5	-0.06207	0.284669	-0.54152	0.033642	-0.46513
x6	-0.14029	0.254187	-0.00532	0.022147	0.570467
x7	-0.74128	-0.18582	-0.28862	0.044991	0.076538
x8	0.068911	-0.35263	-0.05325	-0.28276	-0.41755
x9	-0.18159	-0.18208	-0.45124	0.164009	-0.01504
x10	-0.50021	0.150001	0.372797	0.118208	-0.18756

```
> summary(pca, loadings = TRUE)
```

Importance of components:

	PC1	PC2	PC3	PC4	PC5
Standard deviation	1.2819	1.1938	1.1685	1.0341	1.0061
Proportion of Variance	0.1642	0.1424	0.1365	0.1069	0.1012
	PC6	PC7	PC8	PC9	PC10
Standard deviation	0.95035	0.9118	0.8615	0.75488	0.66603
Proportion of Variance	0.09027	0.0831	0.07418	0.05695	0.04434

```
> eigenvalues <- pca_model_all$sdev^2
```

```
> eigenvalues
```

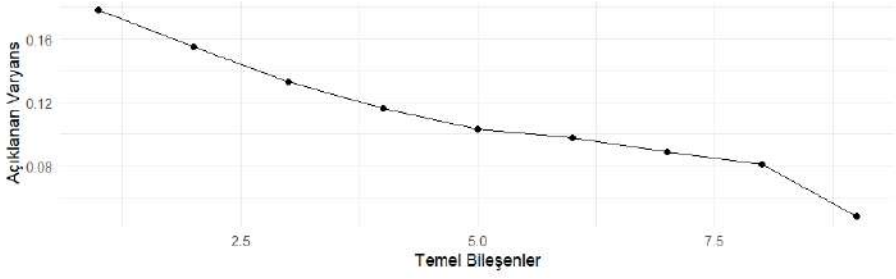
```
[1] 1.6381619 1.4250354 1.2205666 1.0691736 0.9494912
     0.8988081 0.8159151 0.7421561 0.4436845
```

```
> scree_data <- data.frame(Principal_Component =
1:length(pca_model_all$sdev),
+ Variance_Explained = (pca_model_all$sdev^2) /
sum(pca_model_all$sdev^2))
```

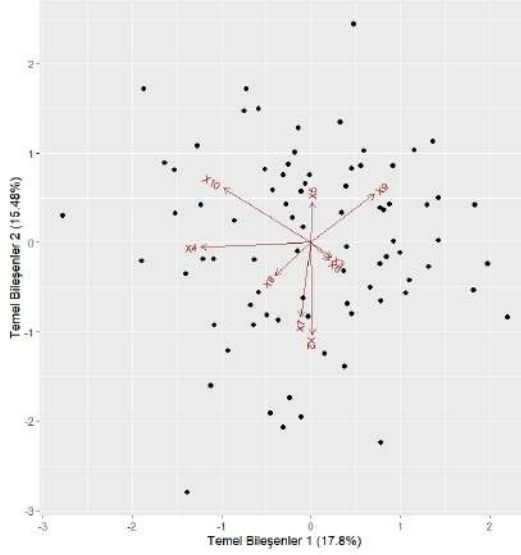
```
> scree_data
Principal_Component Variance_Explained
1 0.17800318
2 0.15484479
3 0.13262715
4 0.11617673
5 0.10317201
6 0.09766477
7 0.08865758
8 0.08064291
```

Analiz sonuçları genel olarak değerlendirildiğinde, modelin eğitildiği bileşenlerin çoğunlukla ilk temel bileşen tarafından (%17.80) açıklandığı görülmektedir. Toplam varyansın büyük bir kısmı bu bileşen ile yakalanmıştır.

Elde edilen sonuçların scree plot grafiğinde gösterimi aşağıdaki gibidir;



Biplot grafiği ise aşağıdaki gibidir:



Örnek 3. 100 gözlem ve 5 değişkenden oluşan Weibull dağılımlı rassal veri seti için lineer temel bileşenler analizi

```
> pca_model <- train(X1 ~ ., data = train_data, method = "pca",
, trControl = ctrl)
> summary(pca_model)
```

```
Number of components considered: 1
TRAINING: % variance explained
      1 comps
X      36.949
.outcome 2.375
```

```
> pca <- prcomp(train_data)
```

```
> print(pca)
```

```
Standard deviations (1, ..., p=5):
[1] 0.8209869 0.6729224 0.6262436 0.5660026 0.5097324
```


Rotation (n x k) = (5 x 5):

	PC1	PC2	PC3	PC4	PC5
x1	0.19460174	-0.04718823	-0.42412037	-0.46114456	-0.75324036
x2	0.77091942	0.42880787	-0.01786334	-0.29761832	0.36457002
x3	0.04925607	0.26545227	0.85420292	-0.07724173	-0.43758430
x4	-0.30092470	-0.29803406	0.20382417	-0.81949828	0.32786934
x5	-0.52424381	0.80907841	-0.22044477	-0.14568913	0.02719069

```
> summary(pca, 16loadings = TRUE)
```

Importance of components:

	PC1	PC2	PC3	PC4	PC5
Standard deviation	0.8210	0.6729	0.6262	0.5660	0.5097
Proportion of Variance	0.3211	0.2157	0.1868	0.1526	0.1238
Cumulative Proportion	0.3211	0.5368	0.7236	0.8762	1.0000

```
> eigenvalues <- pca_model_all$sdev^2
```

```
> Eigenvalues
```

```
[1] 0.6601240 0.4525222 0.3721922 0.3017506
```

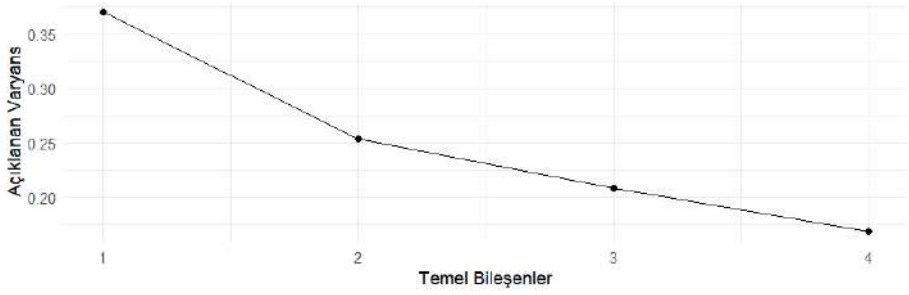
```
> scree_data <- data.frame(Principal_Component = 1:length(pca_
model_all$sdev),
+                               Variance_Explained = (pca_model_all
$sdev^2) / sum(pca_model_all$sdev^2))
```

```
> scree_data
```

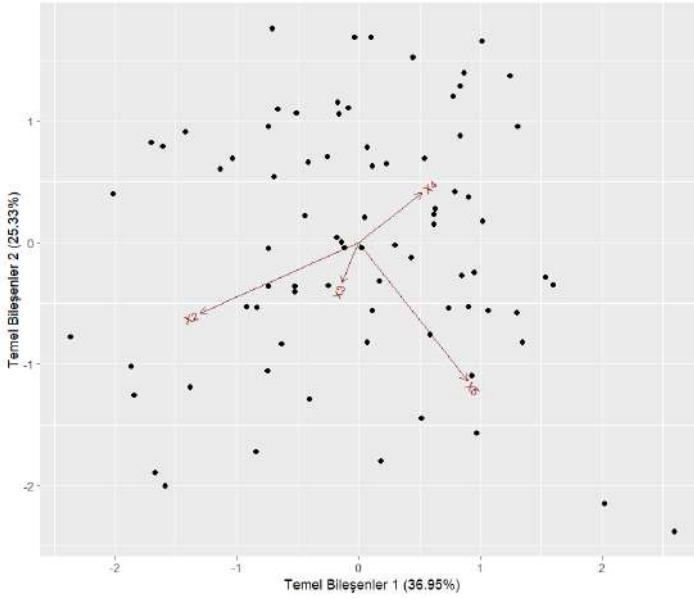
	Principal_Component	Variance_Explained
1	1	0.3694885
2	2	0.2532883
3	3	0.2083256
4	4	0.1688976

Modelde elde edilen sonuçlara göre, verinin %36.95'i ilk temel bileşen tarafından açıklanmaktadır. Özdeğer analizi sonuçlarına göre, ilk temel bileşen toplam varyansın %32.11'ini açıklamakta olup, toplam varyansın büyük bir bölümü ilk iki bileşen ile yakalanmaktadır. Değerlerin temel bileşenlere göre oranları incelendiğinde, ilk temel bileşenin verinin %36.95'ini, ikinci bileşenin %25.33'ünü, üçüncü bileşenin %20.83'ünü ve dördüncü bileşenin %16.89'unu açıkladığı görülmektedir.

Elde edilen sonuçların scree plot grafiğinde gösterimi aşağıdaki gibidir:



Biplot grafiği aşağıdaki gibidir:



Örnek 4: 100 gözlem ve 10 değişkenden oluşan Weibull dağılımlı rassal veri seti için lineer temel bileşenler analizi

```
> pca_model <- train(x1 ~ ., data = train_data, method = "pca",
, trControl = ctrl)
```

```
> summary(pca_model)
```

```
Number of components considered: 3
TRAINING: % variance explained
      1 comps  2 comps  3 comps
x      19.397  35.86   49.48
.outcome 1.471   4.53  14.01
```

```
> pca <- prcomp(train_data)
```

```
> print(pca)
```

Standard deviations (1, ..., p=10):

```
[1] 0.9291353 0.8632067 0.8019323 0.7341599 0.6901731 0.64169
38 0.5968487 0.5181137 0.4817282 0.4115341
```

Rotation (n x k) = (10 x 10):

	PC1	PC2	PC3	PC4	PC5
x1	-0.13983	-0.22886	-0.29392	0.098206	0.074953
x2	-0.13766	-0.76465	0.254183	-0.02315	-0.29646
x3	0.041061	0.101502	0.280496	-0.28639	0.093112
x4	0.150104	0.172741	0.037038	0.137841	-0.12929
x5	-0.45491	0.150169	-0.11067	0.588372	0.13438
x6	-0.37123	-0.20044	0.153718	-0.47939	0.469865
x7	-0.26735	0.260924	-0.27821	-0.32296	0.312634
x8	0.12065	-0.43011	-0.54453	0.173139	0.362475
x9	-0.17536	-0.02181	0.588516	0.414427	0.421666
x10	-0.68974	0.080647	-0.11317	-0.08227	-0.48512

	PC6	PC7	PC8	PC9	PC10
x1	-0.14603	0.218259	-0.42078	0.356663	0.6732
x2	-0.14402	-0.00838	-0.29853	0.01618	-0.36487
x3	-0.52231	-0.69547	-0.10767	0.038051	0.221632
x4	0.218732	-0.22028	-0.07366	0.854719	-0.27965
x5	-0.54808	0.034876	0.140697	0.054824	-0.26385
x6	-0.0029	0.213487	0.438083	0.330582	-0.03168
x7	0.093124	-0.01719	-0.63768	-0.10602	-0.39262
x8	0.205574	-0.50489	0.192593	-0.06925	-0.05917
x9	0.42002	-0.12787	-0.21176	-0.10004	0.158918
x10	0.330971	-0.31896	0.128558	-0.04693	0.181181

```
> summary(pca, loadings = TRUE)
```

Importance of components:

	PC1	PC2	PC3	PC4	PC5
Standard deviation	0.9291	0.8632	0.8019	0.7342	0.6902
Proportion of Variance	0.1835	0.1584	0.1367	0.1146	0.1013
Cumulative Proportion	0.1835	0.3419	0.4786	0.5931	0.6944

	PC6	PC7	PC8	PC9	PC10
Standard deviation	0.64169	0.59685	0.51811	0.48173	0.4115
Proportion of Variance	0.08752	0.07572	0.05706	0.04933	0.036
Cumulative Proportion	0.7819	0.85762	0.91468	0.964	1

```
> eigenvalues <- pca_model_all$sdev^2
```

```
> Eigenvalues
```

```
[1] 0.8545796 0.7252963 0.6000780 0.5335732 0.4742675
    0.4066309 0.3467784 0.2520835 0.2125304
```

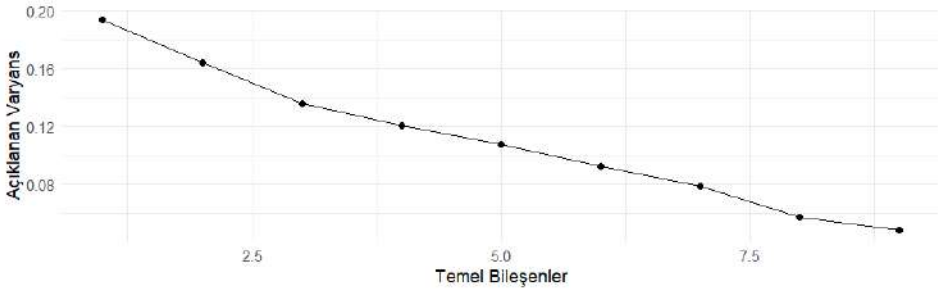
```
> scree_data <- data.frame(Principal_Component = 1:length(pca_
model_all$sdev),
+                               variance_Explained = (pca_model_all
$sdev^2) / sum(pca_model_all$sdev^2))
```

```
> scree_data
```

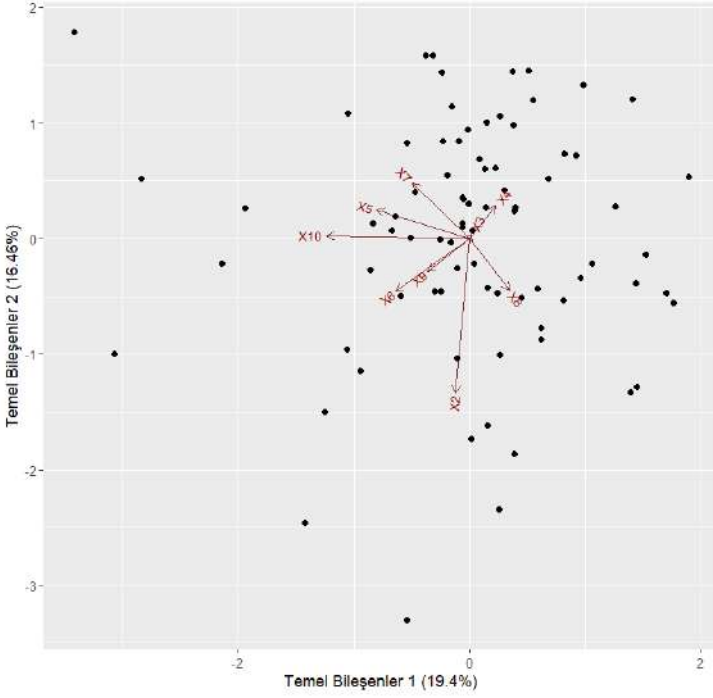
Principal_Component	Variance_Explained
1	0.19396618
2	0.16462240
3	0.13620127
4	0.12110650
5	0.10764574
6	0.09229408
7	0.07870920
8	0.05721604
9	0.04823857

Elde edilen sonuçlara göre, verinin %49.48'i ilk temel bileşen tarafından, "outcome" değişkeni ise %14.01'i tarafından açıklanmaktadır. Özdeğer analizi sonuçlarına göre, ilk temel bileşen toplam varyansın %18.35'ini açıklamakta olup, toplam varyansın büyük bir bölümü ilk üç bileşen ile yakalanmaktadır. Değerlerin temel bileşenlere göre oranları incelendiğinde, ilk temel bileşenin verinin %19.40'ını, ikinci bileşenin %35.86'sını, üçüncü bileşenin %49.48'ini açıkladığı görülmektedir.

Elde edilen sonuçların scree plot grafiğinde gösterimi aşağıdaki gibidir:



Biplot grafiği aşağıdaki gibidir:



SONUÇ

Bu çalışmada, makine öğreniminde lineer temel bileşenler analizi kullanılarak veri setlerinin boyutu azaltılırken nelere dikkat edilmesi gerektiği ve R ile nasıl yapıldığı açıklanmıştır.

KAYNAKÇA

- Amir, M., Mousavi, H. ve Bossaghzadeh, A. (2020). Improving Persian Digit Recognition by Combining Deep Neural Networks and SVM and Using PCA, *Iran. Conf. Mach. Vis. Image Process. MVIP*.
- Bharadiya, L. P. (2023). A Tutorial on Principal Component Analysis for Dimensionality Reduction in Machine Learning. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 8(5), 2028-2032.
- Boik, R. J. (2003). Principal Component Models for Correlation Matrices. *Biometrika*, 90(3), 679–701.
- Croux, C. ve Haesbroeck, G. (2000). Principal Component Analysis Based on Robust Estimators of the Covariance or Correlation Matrix: Influence Functions and Efficiencies. *Biometrika*, 87, 603-618.
- Ghodsi, A. (2006). Dimensionality Reduction a Short Tutorial, *Science* (80)., p. 25, [Online]. Available: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.88.3592&rep=rep1&type=pdf%5Cnhttp://stats.stackexchange.com/questions/7111/pca-for-images-arrays-with-highdimensionality>.
- Hassan, O. M. S., Abdulazeez, A. M. ve Tiryaki, V. M. (2018). Gait-Based Human Gender Classification Using Lifting 5/3 Wavelet and Principal Component Analysis, *ICOASE 2018 - Int. Conf. Adv. Sci. Eng.*, 173-178.
- Hastie, T., Tibshirani, R. ve Friedman, J. (2001). *The Elements of Statistical Learning*, Springer.
- Howley, T., Madden, M. G. O'Connell, M. L. ve Ryder, A. G. (2006). The Effect of Principal Component Analysis on Machine Learning Accuracy with High-Dimensional Spectral Data, *Knowledge-Based Systems*, 19(5), 363-370.
- Jo, H.-S., Park, C., Lee, E., Choi, H.K. ve Park, J. (2020). Path Loss Prediction Based on Machine Learning Techniques: Principal Component Analysis, Artificial Neural Network, and Gaussian Process. *Sensors*, 20(7), 1927.
- Johnson, R. A. ve Wichern, D. W. (2007). *Applied Multivariate Statistical Analysis*, 6th ed.; Pearson: London, UK.
- Jolliffe, I. (2010). *Principal Component Analysis*. Springer Berlin Heidelberg.
- Kumar, V., Kalitin, D. ve Tiwari, P. (2017). Unsupervised learning dimensionality reduction algorithm PCA for face recognition, 2017 *International Conference on Computing, Communication and Automation (ICCCA)*, Greater Noida, India, 32-37.
- Pyatykh, S., Hesser, J. ve Zheng, L. (2013). Image Noise Level Estimation by Principal Component Analysis, in *IEEE Transactions on Image Processing*, 22(2), 687-699.

- Reddy, G. T., Reddy, M. P. K., Lakshamana, K., Kaluri, R., Rajput, D. S., Srivastava, G. ve Baker, T. (2020). Analysis of Dimensionality Reduction Techniques on Big Data, *IEEE Access*, 8, 54776-54788.
- Shen, H. ve Huang, J. Z. (2008). Sparse Principal Component Analysis via Regularized Low Rank Matrix Approximation. *Journal of Multivariate Analysis*, 99, 1015-1034.
- Zhang, T. ve Yang, B. (2016). Big Data Dimension Reduction Using PCA. in: *2016 IEEE International Conference on Smart Cloud (SmartCloud)*, 152-157.

99. Bölüm

Stratejik Pazarlama İletişimi: Etkili İletişim Yolları ve Yaklaşımları

Yasemin BİLİŞLİ¹

¹ Doç. Dr.; Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler MYO, yasemin@akdeniz.edu.tr ORCID No: 0000-0001-9272-9568

ÖZET

GİRİŞ

Pazarlama iletişimi, günümüz rekabetçi ve hızla değişen iş dünyasında, işletmelerin markalarını, ürünlerini ve hizmetlerini hedef kitlelerine etkili bir şekilde aktarmalarını sağlayan stratejik bir yaklaşımdır. İşletmeler, tüketicilere ulaşarak değerlerini, farklılıklarını ve benzersiz tekliflerini anlatarak rekabet avantajı elde etmek ve sürdürmek amacıyla pazarlama iletişimi stratejilerine giderek daha fazla önem vermektedirler. Bu bölümde, stratejik pazarlama iletişiminin karmaşıklığını ve kapsamlılığını ele alarak, marka iletişiminin sadece bir tanıtım aracı olmanın ötesine geçtiğini vurgulayacağız.

Pazarlama iletişiminin temel amacı, işletmenin kimliğini ve değerlerini yansıtarak hedef kitleleriyle anlamlı bir bağ kurmaktır. Bu bağ, sadece ürün ve hizmetlerin tanıtımını yapmakla kalmaz, aynı zamanda müşterilere değerli bilgiler sunar, onların ihtiyaçlarını anlar ve çözümler sunar. Stratejik pazarlama iletişimi, hedef kitlelerin duygusal bağlar kurmasını, marka sadakati oluşturmalarını ve uzun vadeli ilişkiler geliştirmelerini sağlar. Bu nedenle, iletişim stratejileri oluştururken bilimsel yaklaşımların ve veri odaklı analizlerin merkezi rolüne dikkat etmek son derece önemlidir.

Bu bölümde, pazarlama iletişiminin evrimini ve gelişimini ele alırken, modern iş dünyasının taleplerini karşılayan etkili iletişim yollarını ve yaklaşımlarını inceleyeceğiz. Bilimsel araştırmaların ve veri analizlerinin ışığında, işletmelerin pazarlama iletişimi stratejilerini daha etkili bir şekilde planlamalarına ve uygulamalarına yardımcı olacak temel prensipleri keşfedeceğiz. Bu bölüm, okuyuculara, stratejik pazarlama iletişiminin karmaşıklığını anlama ve başarılı iletişim stratejileri oluşturma konusundaki bilgi ve becerilerini geliştirme fırsatı sunacaktır.

1. Pazarlama İletişiminin Temelleri:

Pazarlama iletişimi, işletmelerin ürün ve hizmetlerini hedef kitlesine tanıtmak, marka bilinirliğini artırmak, tüketici davranışlarını etkilemek ve müşteri ilişkilerini güçlendirmek amacıyla kullanılan stratejik ve sistemli bir yaklaşımdır (Kotler & Keller, 2018). Bu önemli kavram, işletmelerin pazarlama stratejilerini desteklemek ve hedef kitlelerle etkileşim kurmak için çeşitli iletişim kanallarını kullanmalarını içerir. İşletmeler, hedef kitleleri ile etkili iletişim kurarak, müşterilere ürün veya hizmetin değerini anlatırken aynı zamanda marka imajını oluşturur, rekabet avantajı kazanır ve pazarda sürdürülebilir bir konum elde etmeyi amaçlarlar.

Pazarlama iletişiminin temel taşı, işletmelerin hedef kitlelerini etkilemek ve iletişim yoluyla marka ve ürün değerini iletme amacıyla stratejik olarak tasarlanmış iletişim mesajları oluşturmalarıdır. Bu mesajlar, tüketici

davranışlarını yönlendirmek, ürün veya hizmetin faydalarını anlatmak ve marka değerini artırmak için kullanılır. İyi bir pazarlama iletişimi stratejisi, hedef kitlenin duygusal bağlar kurmasını, marka sadakati geliştirmesini ve nihayetinde satın alma eylemi gerçekleştirmesini sağlar.

Pazarlama iletişimi, geleneksel medya (örneğin televizyon, radyo, gazete) ve dijital medya (örneğin sosyal medya, dijital reklamlar) gibi iletişim kanallarını kullanarak hedef kitlelerle etkileşim kurmayı amaçlar (Chaffey & Smith, 2022). Bu çeşitlilik, işletmelere farklı tüketici segmentlerine uygun iletişim stratejileri oluşturabilme esnekliği sunar. İnternet, sosyal medya, dijital reklamlar ve diğer dijital iletişim araçları, işletmelere daha geniş bir kitleye ulaşma ve etkili iletişim kurma imkanı sunar. Dijital pazarlama iletişimi, tüketici etkileşimini artırabilir, ölçülebilir sonuçlar elde etmeyi kolaylaştırabilir ve kişiselleştirilmiş iletişim sağlayarak hedef kitlelerle daha güçlü bağlar oluşturabilir.

Sonuç olarak, pazarlama iletişiminin temelleri, işletmelerin ürünlerini, markalarını ve hizmetlerini hedef kitlelere etkili bir şekilde tanıtmak ve iletmek amacıyla stratejik iletişim stratejilerini kullanmasını içerir (Shimp, 2008). İşletmeler, hedef kitlelerinin ihtiyaçlarını ve isteklerini anlamak için pazar araştırmaları yapar, ardından bu bilgileri temel alarak etkili iletişim stratejileri oluştururlar. Pazarlama iletişimi, işletmelerin tüketicilere değerli içerik sunmalarını, ihtiyaçlarına uygun çözümler sunmalarını ve uzun vadeli müşteri ilişkileri kurmalarını sağlayarak rekabet avantajı elde etmelerine yardımcı olur.

1.1. Pazarlama iletişimi nedir?

Pazarlama iletişimi, işletmelerin ürün ve hizmetlerini hedef kitlesine etkili bir şekilde tanıtmak, değerini iletmek ve müşteri ilişkilerini güçlendirmek amacıyla kullanılan stratejik bir yaklaşımdır (Kotler & Armstrong, 2010). Bu iletişim süreci, çeşitli iletişim kanalları aracılığıyla gerçekleştirilir ve tüketicilerin marka ve ürün hakkında bilgi sahibi olmalarını sağlar.

Pazarlama iletişiminin amacı, işletmenin kimliği, misyonu ve değerlerini yansıtarak hedef kitleyle etkileşim kurmayı amaçlar (Kitchen, Kim & Schultz, 2008). Bu etkileşimler, müşterilerin markaya duygusal bağ kurmasını, ürünleri satın almalarını ve uzun vadeli sadık müşteriler olmalarını teşvik etmeyi hedefler (Aaker, 1991).

Günümüzde, dijital medyanın gelişmesi ile birlikte pazarlama iletişimi, geleneksel medyanın yanı sıra dijital platformlar aracılığıyla da gerçekleştirilir (Chaffey & Smith, 2022). İnternet ve sosyal medya gibi kanallar, işletmelere daha geniş bir kitleye ulaşma ve etkili iletişim kurma fırsatı sunar (Kaplan & Haenlein, 2010).

Sonuç olarak, pazarlama iletişimi işletmelerin hedef kitlesiyle etkili iletişim kurarak marka değerini artırmasını, müşteri ilişkilerini güçlendirmesini ve rekabet avantajı elde etmesini sağlayan stratejik bir yaklaşımdır (Shimp, 2008).

1.2. Pazarlama iletişiminin işletme başarısındaki rolü nedir?

Pazarlama iletişimi, işletmelerin başarısını şekillendiren kritik bir faktördür ve işletme stratejilerinin merkezinde yer almaktadır. Pazarlama iletişiminin işletme başarısındaki rolü, müşteri ilişkileri, marka imajı ve rekabet avantajı gibi alanlarda etkili bir şekilde yürütülen stratejik iletişimin işletmenin genel performansına nasıl katkı sağladığını incelemektedir.

Kotler ve Armstrong (2010), pazarlama iletişiminin işletmelerin ürün ve hizmetlerini hedef kitlelere tanıttığı, müşteri taleplerini anladığı ve müşteri değerini artırdığı bir süreç olduğunu vurgulamışlardır. İyi tasarlanmış bir pazarlama iletişimi stratejisi, müşteri ilişkilerini güçlendirerek, müşteri sadakatini artırarak ve müşteri memnuniyetini sağlayarak işletmelerin rekabet avantajı kazanmasına yardımcı olur.

Pazarlama iletişimi, aynı zamanda marka imajının oluşturulması ve yönetilmesinde de kritik bir rol oynar. Jobber (2009), etkili pazarlama iletişiminin, işletmelerin hedef kitleleri tarafından olumlu bir şekilde algılanmasını sağlayarak, marka değerini artırabileceğini belirtmiştir. İyi yönetilen bir marka imajı, işletmelerin rekabetçi bir avantaj elde etmesine yardımcı olabilir ve tüketicilerin tercihlerini etkileyebilir.

Pazarlama iletişiminin işletme başarısındaki rolü aynı zamanda müşteri davranışlarını etkileme yeteneğine de dayanmaktadır. Aaker (1991), tüketicilere ürün ve hizmetlerin değerini anlatmanın, onların satın alma kararlarını etkileyebileceğini belirtmiştir. İyi tasarlanmış pazarlama iletişimi stratejileri, tüketicilerin ihtiyaçlarını ve isteklerini anlamayı sağlayarak, onların karar verme sürecine etki edebilir.

Sonuç olarak, pazarlama iletişiminin işletme başarısındaki rolü oldukça kapsamlı ve etkilidir. İşletmeler, etkili iletişim stratejileri geliştirerek, müşteri ilişkilerini güçlendirebilir, marka imajını oluşturabilir ve tüketici davranışlarını etkileyebilir. Literatürde bu konuda yapılan çalışmalar, pazarlama iletişiminin işletmelerin rekabet avantajı kazanmasına ve uzun vadeli başarıya ulaşmasına nasıl yardımcı olduğunu göstermektedir.

1.3. Hedef kitleyi anlama ve segmentasyonun önemi.

Hedef kitleyi anlamak ve segmentasyon, stratejik iletişim planlamasının temel taşlarından birini oluşturur. İşletmelerin pazarlama iletişimi faaliyetlerinin etkili bir şekilde yönlendirilebilmesi ve hedeflenen sonuçların elde edilebilmesi

için, hedef kitleyi anlamak ve segmentasyonun önemi giderek artmaktadır (Kotler & Keller, 2018).

Hedef kitleyi anlamak, işletmelerin potansiyel müşterilerinin ihtiyaçlarını, isteklerini, davranışlarını ve tercihlerini anlamalarını kapsar. Bu anlayış, işletmelerin iletişim mesajlarını hedef kitleye uygun şekilde özelleştirmelerine ve daha etkili iletişim kurmalarına yardımcı olur. Hedef kitleyi anlamak, işletmelere pazarlama stratejilerini daha hassas bir şekilde belirleme ve rekabet avantajı elde etme fırsatı sunar.

Segmentasyonun önemine gelince; pazarın karmaşıklığı ve farklı tüketici profilleri nedeniyle işletmeler, hedef kitlelerini daha etkili bir şekilde yönetmek için segmentasyon yöntemlerine başvururlar (Shimp, 2008). Segmentasyon, pazarı daha küçük ve yönetilebilir parçalara bölmeyi ve her bir segmente özel stratejiler geliştirmeyi içerir. Bu yaklaşım, işletmelerin farklı tüketici gruplarını daha iyi anlamalarına ve onlara daha uygun iletişim sunmalarına yardımcı olur. Segmentasyon ayrıca işletmelerin pazarlama bütçesini daha etkili bir şekilde kullanmasına ve yatırımlarını daha iyi bir şekilde yönlendirmesine olanak tanır.

Stratejik iletişim planlaması sürecinde hedef kitleyi anlamak ve segmentasyon, işletmelerin iletişim stratejilerini belirlemelerinde kritik bir rol oynar (Kitchen vd., 2008). Doğru segmentasyon, işletmelerin iletişim mesajlarını ve kanallarını hedef kitleye en uygun şekilde ayarlamalarını sağlar. Bu da işletmelerin iletişim faaliyetlerinin daha fazla etkili olmasına ve istenilen sonuçların daha başarılı bir şekilde elde edilmesine olanak tanır.

2. Stratejik İletişim Planlaması:

Stratejik iletişim planlaması, işletmelerin pazarlama iletişimi faaliyetlerini yönetmek, hedef kitlesine etkili bir şekilde ulaşmak ve işletmenin genel hedeflerini desteklemek amacıyla tasarladığı kapsamlı bir yaklaşımdır (Kotler & Keller, 2018). Bu planlama süreci, işletmelerin iletişim hedeflerini belirlemesini, iletişim stratejilerini oluşturmasını ve iletişim taktiklerini uygulamasını içerir.

Stratejik iletişim planlaması, işletmelerin hedef kitlelerini anlamalarını ve onların ihtiyaçlarını belirlemelerini gerektirir. Pazar araştırması ve tüketici analizi, işletmelere hedef kitlenin demografik, psikografik ve davranışsal özelliklerini anlamak için önemli araçlar sunar. Bu bilgiler, iletişim mesajlarının ve kanallarının belirlenmesinde rehberlik eder.

Planlama sürecinde, işletmeler iletişim hedeflerini ve hedef kitlenin iletişim ihtiyaçlarını belirler (Kitchen vd., 2008). Bu hedefler, marka bilinirliğini artırmak, ürün veya hizmetin değerini anlatmak, tüketici davranışlarını değiştirmek veya uzun vadeli müşteri ilişkileri oluşturmak gibi çeşitli amaçları

içerebilir. İletişim stratejileri bu hedeflere ulaşmak için kullanılacak ana yaklaşımları belirlerken, iletişim taktikleri bu stratejilerin pratikte nasıl uygulanacağını gösterir.

Stratejik iletişim planlaması aynı zamanda iletişim faaliyetlerinin etkisini ölçmeyi de içerir (Chaffey & Smith, 2022). İşletmeler, iletişim sonuçlarını takip eder, ölçer ve değerlendirir. Bu ölçümler, iletişim stratejilerinin ve taktiklerinin etkisini anlamaya ve gelecekteki planlamaları geliştirmeye yardımcı olur.

Sonuç olarak, stratejik iletişim planlaması, işletmelerin pazarlama iletişimi faaliyetlerini bütünlüklü ve etkili bir şekilde yönetmelerini sağlayan temel bir yaklaşımdır (Shimp, 2008). Bu planlama süreci, işletmelerin hedef kitlelerine doğru mesajları iletme, marka imajını güçlendirme ve rekabet avantajı kazanma amacını destekler.

2.1. Pazarlama iletişimi stratejisi nedir?

Pazarlama iletişimi stratejisi, işletmelerin ürün ve hizmetlerini hedef kitlelere tanıtmak, marka değerini iletme ve müşteri ilişkilerini geliştirmek amacıyla stratejik bir şekilde tasarladığı bir yaklaşımdır (Belch & Belch, 2018). Bu strateji, işletmelerin iletişim mesajlarını belirlemelerini, iletişim kanallarını seçmelerini ve hedef kitleleriyle etkileşim kurmalarını içerir. Pazarlama iletişimi stratejisi, işletmelerin hedeflerine ulaşmalarını ve pazarlama hedeflerini desteklemelerini sağlayan vazgeçilmez bir araçtır.

Pazarlama iletişimi stratejisinin temel amacı, işletmelerin işletmelerin hedef kitleleriyle etkileşim kurarak onlara ürün ve hizmetlerin değerini etkili bir şekilde anlatmak ve böylece iletişim mesajlarını hedef kitlenin ihtiyaçlarına göre şekillendirerek, marka imajını güçlendirmek ve müşteri bağlılığını artırmaktır (Kotler & Keller, 2018; Shimp & Andrews, 2013; Belch & Belch, 2018). İletişim mesajları, hedef kitlenin ihtiyaçlarını karşılamak ve işletmenin marka imajını yansıtmak amacıyla özenle tasarlanır. İşletmeler, iletişim stratejileri oluştururken, hedef kitleyi anlama, rekabet analizi ve pazar trendlerini göz önünde bulundururlar. Pazarlama iletişimi stratejisinin temel amacı, işletmelerin rekabet avantajı kazanmalarına yardımcı olurken, aynı zamanda marka bilinirliğini artırma, ürün veya hizmetleri tanıtmak ve satışları teşvik etme amacını da taşır.

Pazarlama iletişimi stratejisi, geleneksel medyadan dijital medyaya kadar farklı iletişim kanallarını içerebilir (Chaffey & Smith, 2022). İşletmeler, iletişim stratejilerini belirlerken, hedef kitlelerinin davranışlarına ve iletişim alışkanlıklarına uygun olarak iletişim kanallarını seçerler. Bu da pazarlama iletişimi stratejisinin etkili bir şekilde uygulanmasını sağlar.

Pazarlama iletişimi stratejisi, işletmelerin marka bilinirliğini artırmasını, ürün ve hizmetlerin satışını teşvik etmesini ve uzun vadeli müşteri ilişkileri oluşturmasını amaçlar (Kotler & Keller, 2018; Shimp, 2008). İşletmeler, pazarlama iletişimi stratejilerini düzenli olarak gözden geçirir ve değişen pazar koşullarına uygun şekilde ayarlarlar.

Sonuç olarak, pazarlama iletişimi stratejisi, işletmelerin pazarlama hedeflerine ulaşmalarını sağlamak, marka değerini artırmak ve müşteri sadakatini geliştirmek amacıyla kullanılan stratejik bir yaklaşımdır (Kotler & Keller, 2018; Belch & Belch, 2018).

2.2. Marka kimliği ve sesin belirlenmesi

Marka kimliği ve sesi, işletmelerin pazarlama iletişimi stratejilerinin temel taşlarıdır. Stratejik kararlar, bir işletmenin kendisini ifade etme şekli ve hedef kitlelerine nasıl görünmek istediğini belirlerken aynı zamanda markanın karakterini ve tüketici ile ilişkisini şekillendirir. Bu bölümde, işletmelerin marka kimliği ve sesini nasıl belirleyebileceğine odaklanacağız, çünkü bu stratejik kararlar pazarlama iletişimi stratejisinin temelini oluşturur.

Marka kimliği, işletmenin değerleri, misyonu, kişiliği ve görsel unsurlarını içeren bütünsel bir kavramdır (Aaker, 1996). İşletmeler, marka kimliğini belirlerken hedef kitlelerinin beklentilerini, rekabet ortamını ve işletmenin özgün niteliklerini göz önünde bulundururlar. Marka kimliğinin başarıyla belirlenmesi, markanın fark edilmesinde, tanınmasında, işletmenin benzersizliğinin vurgulanmasında, ve tüketiciler ile arasında güçlü bir bağ oluşturmada kritik bir rol oynar. İyi bir marka kimliği, tüketicilerin markayla duygusal bir bağ kurmalarını teşvik ederken, aynı zamanda markanın tanıtımını ve bilinirliğini artırır.

Sesin Belirlenmesi: Markanın sesi, işletmenin iletişiminde kullanacağı dil, ton ve iletişim tarzını ifade eder (Keller, 2011). İşletmeler, hedef kitlelerine uygun bir dil ve ton seçerek iletişimlerini kişiselleştirirler. Sesin belirlenmesi, işletmelerin markalarını tanımlamalarına ve tüketicilerle daha samimi bir bağ kurmalarına yardımcı olur. Sesin uyumlu bir şekilde belirlenmesi, markanın güvenilirliğini artırır ve tutarlı bir iletişim sağlar.

Marka kimliği ve sesi, işletmelerin pazarlama iletişimi stratejilerini şekillendiren önemli unsurlardır (Kapferer, 2012). Bu stratejik kararlar, işletmelerin iletişim mesajlarını ve kampanyalarını etkili bir şekilde yönlendirmelerine yardımcı olur. Başarılı bir marka kimliği ve sesi, işletmelerin tüketicilere daha anlamlı ve kalıcı bir etki bırakmalarını sağlar.

Markanın sesinin belirlenmesi, işletmelerin tüketicilere daha samimi bir şekilde ulaşmasını sağlar. Tutkulu, samimi, resmi veya esprili gibi farklı ses

tonları, işletmelerin hedef kitesine uygun bir etki yaratmasına yardımcı olur. Başarılı bir sesin belirlenmesi, markanın tutarlılığını ve güvenilirliğini artırırken, tüketicilerin markayı daha iyi anlamasına olanak tanır.

Marka kimliği ve sesi belirleme süreci, işletmelerin iç ve dış paydaşlarıyla işbirliği yapmasını gerektirir. İşletmeler, çalışanların, müşterilerin ve paydaşların görüşlerini alarak markalarının özünü daha iyi anlayabilirler. Bu şekilde, markanın gerçek değerleri ve kişiliği daha iyi yansıtılabilir.

2.3. Hedef kitle analizi ve kişiselleştirme.

Hedef kitle analizi, pazarlama iletişimi stratejilerinin etkili bir şekilde uygulanabilmesi için temel bir adımdır. İşletmeler, hedef kitle analizi yaparak potansiyel müşterilerinin demografik, psikografik ve davranışsal özelliklerini anlayabilir (Kotler & Keller, 2010).

Hedef kitle analizinin temel amacı, işletmelerin müşterilerini daha iyi anlamalarını ve onların ihtiyaçlarına uygun çözümler sunmalarını sağlamaktır (Smith & Taylor, 2004). Bu analiz, işletmelerin pazarlama iletişimi stratejilerini özelleştirerek müşteri ilişkilerini güçlendirmelerini ve müşteri sadakatini artırmalarını mümkün kılar.

Kişiselleştirme ise, birey hakkındaki bilgilere ulaşarak bireyin profilinin oluşturulması ve birey için uygun ürün ya da hizmetlerin bireye sunulması ve karşılıklı iletişim aracılığı ile bireyin kendisi için en uygun alternatifi seçilmesini hedefleyen bir bakış açısıdır. Kişiselleştirme, tüketicilere özel içerik ve deneyimler sunarak daha etkili bir ilişki kurmayı amaçlar. Araştırmalar, kişiselleştirilmiş içeriğin kullanıcı etkileşimini artırabileceğini göstermektedir.

Kişiselleştirme; müşteri memnuniyetini arttırmak ve müşteri davranışını etkileyebilmek için müşteriler ile interaktif bir etkileşim halinde olmayı gerekli kılar. Kişiselleştirme çözümleri ile soğuk ve kişiliği yokmuş gibi görülen müşteriler daha sıcak ve kişilik özelliklerinin kabul edilip ona göre yaklaşılacak kişiler statüsüne çıkarılmaktadır (Mittal vd., 1996: 95-96). Geleneksel ticarete geniş kitlelere aynı ürünü sunmak başarı getirebiliyorken e-ticarete tüketicilerin ihtiyaçlarının doğru analiz edilerek doğru tüketicilere doğru yolla ulaştırılması daha fazla önem kazanmıştır (Schafer, Konstan & Riedl, 1999:158). Teknolojinin hızla ilerlemesi tüketimin de hızlanmasını sağlamıştır. Tüketimde zamanla yaşanan farklılaşma ile birlikte tüketicilerin alışkanlıkları da değişmiştir. Dijital medyanın geleneksel medyaya göre en önemli farklılıklarından biri de çok daha fazla çeşitlilik sunarak tüketicinin hâkim olma duygusuna hizmet etmesidir (Köse ve Yengin, 2018: 80- 81).

Hedef kitle analizi ve kişiselleştirme stratejileri, işletmelerin pazarlama iletişimi stratejilerini daha etkili ve verimli bir şekilde uygulamalarına yardımcı

olur (Peelen, 2013). Bu stratejiler, işletmelerin müşteri ihtiyaçlarına daha iyi cevap vermesini ve rekabet avantajı kazanmasını sağlar.

2.4. Rekabet analizi ve farklılaşma.

Rekabet analizi, işletmelerin pazarlama iletişimi stratejilerini belirlerken dikkate almaları gereken kritik bir bileşendir. Rekabet analizinin amacı, işletmelerin pazarda nasıl konumlandığını anlamalarını ve rekabet avantajı elde etmelerini sağlamaktır (Kotler & Keller, 2018). İşletmeler, rakiplerinin faaliyetlerini ve pazar pozisyonlarını anlamak suretiyle daha iyi bir stratejik yönelim belirleyebilir.

Bu analiz, işletmelerin hangi segmentlere odaklanmaları gerektiğini ve nasıl daha iyi hizmet sunabileceklerini belirlemelerine yardımcı olur. Böylece işletmeler, rekabet analizi sonuçlarına dayanarak kendilerini daha etkili bir şekilde pazarlayabilir ve hedef kitlelerini çekme konusunda daha stratejik kararlar alabilir.

Rekabet analizi ve farklılaşma stratejileri, işletmelerin pazarlama iletişimi stratejilerini daha iyi şekillendirmelerine yardımcı olurken aynı zamanda rekabetçi bir avantaj elde etmelerine imkan tanır (Porter, 1980; Hooley et al., 2021). Bu stratejiler, işletmelerin pazarlama mesajlarını daha etkili bir şekilde iletmelerine ve tüketicilerin gözünde daha değerli bir konum elde etmelerine olanak sağlar.

Farklılaşma ise işletmelerin rakiplerinden ayırt edici özelliklerini vurgulayarak rakiplerinden ayrışmalarını ifade eder (Aaker & Keller, 1990). Farklılaşma stratejisi, işletmelerin ürün veya hizmetlerini rakiplerinden ayırt etmelerine ve tüketicilerin gözünde daha değerli hale gelmelerine yardımcı olabilir. Bu, işletmelere daha geniş bir müşteri tabanına ulaşma ve daha uzun süreli müşteri ilişkileri oluşturma fırsatı sunabilir.

Rekabet analizi ve farklılaşma stratejileri, işletmelerin pazarlama iletişimi stratejilerini etkili bir şekilde uygulamalarına yardımcı olur (Hooley et al., 2021). Bu stratejiler, işletmelerin kendilerini rekabetçi bir şekilde konumlandırmalarını ve tüketicilerin ilgisini çekmelerini sağlar.

3. İletişim Kanalları ve Araçları

3.1. Reklam ve Önemi

Reklam, işletmelerin ürün ve hizmetlerini hedef kitlelerine tanıtmak, marka bilinirliği oluşturmak ve tüketici davranışlarını etkilemek için kullanılan etkili bir iletişim aracıdır (Belch & Belch, 2018). Bu bölümde, reklamın işletme stratejilerindeki rolüne ve pazarlama iletişimindeki önemine odaklanacağız.

Reklamın işletme stratejilerindeki rolü büyük ölçüde markanın hedef kitlesiyle etkileşim kurma ve marka değerini artırma amacına dayanır (Keller, 1993). Reklam, markanın özelliklerini vurgulayarak tüketicilerin ürün veya hizmet hakkında olumlu bir algı oluşturmaya yardımcı olur. Ayrıca, rekabetçi bir pazarda farklılaşma sağlamak ve işletmelerin hedef kitlesi ile daha güçlü bağlar kurmasına olanak tanır.

Reklamın pazarlama iletişimindeki önemi, işletmelerin mesajlarını etkili bir şekilde iletebilmesini ve tüketicilerin dikkatini çekmesini sağlamasıdır (Fill, 2002). Görsel ve sözlü iletişim araçlarının kullanımıyla, reklamlar tüketicilerin duygusal tepkilerini harekete geçirir ve satın alma kararları üzerinde etki oluşturur. Aynı zamanda, reklamlar işletmelerin marka sadakatini artırmasına ve müşteri ilişkilerini güçlendirmesine olanak tanır.

Reklam stratejileri, işletmelerin hedef kitlelerini anlamalarına ve etkili bir şekilde ulaşmalarına yardımcı olur (Shimp, 2010). İşletmeler, reklam kampanyalarını demografik, psikografik ve davranışsal özelliklere göre özelleştirerek daha etkili sonuçlar elde edebilirler. Bu da reklamın tüketicilerin ihtiyaçlarına daha iyi cevap vermesini ve marka sadakatini artırmasını sağlar.

3.2.Halkla İlişkiler ve İşletme İmajı

Halkla ilişkiler (PR), işletmelerin hedef kitleleriyle olumlu ve sürdürülebilir iletişim kurmasını sağlayan stratejik bir araçtır. İyi yönetilen bir halkla ilişkiler stratejisi, işletmelerin kamuoyu önünde olumlu bir imaj oluşturmalarına yardımcı olur (Grunig & Hunt, 1984). İyi bir işletme imajı, tüketicilerin ve diğer paydaşların işletmeyle olumlu bir şekilde ilişkilendirmesine ve güven duymasına olanak tanır.

Halkla ilişkiler, işletmelerin açık ve şeffaf iletişim kurmalarını sağlar. İşletmeler, halkla ilişkiler aracılığıyla ürün ve hizmetlerini tanıtarak, toplumla etkileşim kurarak ve sosyal sorumluluk projeleriyle katkı sağlayarak olumlu bir imaj oluştururlar (Cutlip et al., 2012). Bu, işletmelerin sadece ticari bir kuruluş olarak değil, aynı zamanda toplumun bir parçası olarak görülmesine yardımcı olur.

Halkla ilişkiler stratejileri, işletmelerin kriz durumlarını yönetmesine ve olumsuz durumları olumlu bir şekilde dönüştürmesine yardımcı olur (Coombs, 2014). İyi bir kriz iletişimi stratejisi, işletmelerin itibarını korumalarına ve güveni geri kazanmalarına yardımcı olabilir. Bu da işletmenin uzun vadeli başarısını etkileyebilir.

Halkla ilişkiler ve işletme imajı arasındaki ilişki, işletmelerin sürdürülebilir büyüme ve başarı için kritik öneme sahiptir (Quirk, 1996). İyi yönetilen bir

halkla ilişkiler stratejisi, işletmelerin marka değerini artırabilir, tüketici sadakatini güçlendirebilir ve uzun vadeli başarılarını destekleyebilir.

3.3. İçerik Pazarlaması ve Müşteri Bağlılığı

İçerik pazarlaması; doğrudan ya da dolaylı satışa yönelik, ürüne ya da ürünle doğrudan ilgili olmayan konulara ait hikâye ve bilgilendirmelerin, yazılı ya da görsel olarak hedef kitleye ulaştırılması olarak tanımlanabilir (Bilge, 2016: 128). Diğer bir ifade ile de İçerik pazarlaması kapsamında birçok çalışması bulunan ve “Content Marketing Institute”nın kurucusu olan Joe Pulizzi ise içerik pazarlamasını “Net olarak tanımlanan ve anlaşılan hedef kitlenin dikkatlerini çekerek, harekete geçirip, onları kazanmak amacıyla en doğru içeriğin oluşturulup dağıtımının yapılmasını içeren pazarlama içerikli süreçtir” şeklinde tanımlamıştır (Pulizzi, 2012: 116).

İçerik pazarlaması, işletmelerin ilgi çekici içerikler oluşturarak hedef kitleleriyle etkileşim kurmalarını sağlayan stratejik bir yaklaşımdır. Bu yolla da müşteri sadakatini kazanmayı amaçlar. Değerli içerikler, tüketicilerin sorunlarına çözümler sunabilir, eğitici bilgiler sağlayabilir ve onları marka ile daha yakından ilişkilendirebilir. Bu da müşteri bağlılığının artmasına katkı sağlar.

İçerik pazarlaması, işletmelerin marka bilinirliğini artırmasına ve uzun vadeli ilişkiler oluşturmaya yardımcı olabilir (Pulizzi, 2017). İyi bir içerik stratejisi, tüketicilerin markayı hatırlamalarını ve marka ile ilgili olumlu düşünceler geliştirmelerini sağlar. Bu da müşteri sadakatini artırabilir.

Müşteri bağlılığı, işletmelerin uzun vadeli başarısını sağlamak için kritik öneme sahiptir (Reichheld, 1996). İçerik pazarlaması, işletmelerin müşterileri ile etkileşimde bulunarak onları daha iyi anlamalarını ve ihtiyaçlarına uygun çözümler sunmalarını sağlar. Bu da müşterilerin işletmeye olan bağlılığını artırabilir.

İçerik pazarlaması stratejileri, işletmelerin tüketicilerin ilgisini çekmesine ve onları marka ile etkileşime geçmeye teşvik etmesine yardımcı olur (Kumar & Sunder, 2016). İçeriklerin paylaşılabılır olması, sosyal medya ve diğer kanallar aracılığıyla müşteri katılımını artırabilir. Bu da işletmelerin müşteri bağlılığını desteklemesine yardımcı olur.

3.4. Dijital Medyanın Gücü

Dijital medya, günümüzde işletmelerin pazarlama iletişimi stratejilerini dönüştüren ve güçlendiren önemli bir araçtır. Bu bölümde, dijital medyanın pazarlama iletişimindeki etkilerine ve işletmelere sağladığı faydalara odaklanacağız.

Dijital medya, işletmelerin hedef kitleleri ile etkileşim kurmasını ve marka bilinirliğini artırmasını sağlar (Chaffey & Smith, 2022). Sosyal medya platformları, web siteleri, e-posta kampanyaları ve diğer dijital kanallar, işletmelerin tüketicilerle doğrudan iletişim kurmasına olanak tanır. Bu da marka-müşteri ilişkilerini güçlendirebilir.

Dijital medya, işletmelerin hızlı ve ölçeklenebilir bir şekilde pazarlama iletişimi yapmasını sağlar (Hoffman & Fodor, 2010). Online reklamcılık, içerik pazarlaması ve influencer işbirlikleri gibi dijital pazarlama yöntemleri, işletmelerin mesajlarını geniş bir kitleye ulaştırmalarına yardımcı olabilir. Bu da pazar payını artırabilir.

Müşteri etkileşimi ve katılımı, dijital medya sayesinde artırılabilir (Kaplan & Haenlein, 2010). Sosyal medya platformları, tüketicilerin işletmeyle etkileşimde bulunmalarını, yorum yapmalarını ve paylaşımlarını sağlar. İyi yönetilen bir dijital medya stratejisi, müşterilerin marka ile daha fazla etkileşimde bulunmalarını teşvik edebilir.

Dijital medya, işletmelerin ölçülebilir sonuçlar elde etmelerini sağlar (Ryan, 2016). İşletmeler, dijital medya kampanyalarının etkinliğini izleyerek hangi stratejilerin daha iyi performans gösterdiğini anlayabilirler. Bu da pazarlama bütçesinin daha verimli kullanılmasına yardımcı olabilir.

3.5. Etkinlikler ve Marka Deneyimi

Dijital etkinlikler, işletmelerin marka deneyimi oluşturarak tüketicilerle etkileşim kurmalarını sağlayan dinamik bir yaklaşımdır. İşletmelerin çevrimiçi platformlarda interaktif etkinlikler düzenlemesini sağlar (Hanna et al., 2011). Canlı yayınlar, çevrimiçi yarışmalar, web seminerleri ve diğer etkinlikler, tüketicilerin işletmeye katılmasını teşvik eder. Bu etkileşim, tüketicilerin markayı daha yakından tanımalarını ve bağlılıklarını artırmalarını sağlayabilir.

Öte yandan dijital etkinlikler, tüketicilerin marka ile duygusal bir bağ kurmalarını sağlar (Schmitt, 1999). Etkinlikler aracılığıyla işletmeler, tüketicilere marka değerlerini ve hikayelerini anlatma fırsatı bulurlar. Bu, marka sadakatini artırabilir ve tüketicilerin markayı daha önce deneyimledikleri şekilde hatırlamalarını sağlayabilir.

Marka deneyimi ise tüketicilerin markayla etkileşimlerini ve deneyimlerini içerir (Brakus et al., 2009). Dijital pazarlama iletişiminde marka deneyimi, işletmelerin çevrimiçi platformlarda tüketicilere unutulmaz ve özgün deneyimler sunmalarını sağlar. Bu deneyimler, tüketicilerin marka ile daha derin bir bağ kurmalarına olanak tanır.

Ayrıca marka deneyimi, tüketicilerin markayla duygusal bağ kurmalarını teşvik edebilir ve tüketicilerin marka ile ilgili olumlu duygular

geliştirmelerini sağlayabilir (Pine & Gilmore, 1999; Schmitt, 1999). İyi tasarlanmış dijital deneyimler, tüketicilerin markayla anlamlı bir ilişki kurmalarını sağlayabilir. Bu, müşteri bağlılığını artırabilir ve tekrarlayan satın almaları teşvik edebilir.

Dijital platformlarda eğlenceli, etkileyici ve ilgi çekici deneyimler sunmak, tüketicilerin marka hakkında olumlu anılar oluşturmalarına yardımcı olabilir. Bu da marka sadakatini artırabilir ve olumlu ağızdan ağıza iletişimi teşvik edebilir.

4. Marka Kimliği ve Mesaj Yönetimi

4.1. Markanın Kimliği ve Değeri

Marka, bir işletmenin tüketicilere kendini tanıttığı ve ayırt edici özelliklerini vurguladığı önemli bir varlıktır. Marka kimliği, bir işletmenin markasının temel öğelerini ve karakterini tanımlayan faktörleri içerir (Aaker, 1996). Marka adı, logo, renkler, tipografi ve ses gibi unsurlar, markanın kimliğini oluşturan parçalardır. Bu unsurlar, tüketicilere işletmenin kişiliğini ve değerlerini ileten görsel ve işitsel sembollerdir.

Marka kimliği, işletmenin tüketicilere nasıl görünmek istediğini yansıtır (Kapferer, 2012). İyi bir marka kimliği, işletmenin hedef kitlesi ile bağ kurmasını kolaylaştırabilir. Tüketiciler, markanın kimliğini anlayarak ve benimseyerek markaya duygusal bir bağ kurabilirler.

Marka değeri ise bir işletmenin markasının tüketiciler ve pazarlama çevresi tarafından nasıl algılandığını ifade eder (Keller, 1993). Marka değeri, müşteri sadakati, fiyat esnekliği ve pazar payı gibi faktörlerle ilişkilendirilir. İyi bir marka değeri, işletmenin rekabet avantajını artırabilir.

Marka değeri yaratmak için işletmeler, tüketicilere benzersiz bir fayda sunmalı ve pozitif deneyimler sağlamalıdır (Kotler & Keller, 2018). Tüketiciler, markanın ürün veya hizmetlerini tercih ederek marka değerini artırabilirler. İyi yönetilen bir marka değeri stratejisi, tüketicilerin marka ile bağlılığını artırabilir.

Marka değeri, tüketicilerin markaya ödediği fiyatı etkileyebilir (Dodds et al., 1991). Yüksek marka değerine sahip bir işletme, tüketicilere daha yüksek fiyatlar talep edebilir. Bu da işletmenin karlılığını artırabilir ve uzun vadeli sürdürülebilirliğini destekleyebilir.

4.2. Marka Mesajının Oluşturulması ve Yönetimi

Marka mesajı, işletmenin tüketicilere ne tür bir değer sunmak istediğini ve nasıl farklılaştığını ifade eder (Keller, 2011). Bu mesaj, işletmenin benzersiz değer önerisini vurgular ve hedef kitlenin ilgisini çekmeyi amaçlar. Marka

mesajının stratejik bir şekilde oluşturulması, işletmenin hedeflerine ve kimliğine uygun olmalıdır.

Marka mesajı oluşturulurken hedef kitle ve pazarlama iletişimi kanalları göz önünde bulundurulmalıdır (Fill, 2002). Farklı kanallar, farklı türde iletişim ve içerik gerektirebilir. Marka mesajı, farklı kanallarda etkili iletişim sağlayacak şekilde uyarlanmalıdır.

Marka mesajı, işletmenin iletişim çabalarının merkezinde yer alır (Belch & Belch, 2018). Bu mesaj, reklamlar, içerik pazarlaması, sosyal medya ve diğer iletişim kanalları aracılığıyla tüketicilere iletilir. Marka mesajının etkili iletilmesi, tüketicilerin marka ile ilgili olumlu düşünceler geliştirmelerini sağlar. Tüketicilere sürekli olarak markanın temel değerleri ve hikayesi hatırlatılır. Bu, markanın tüketicilerin zihinlerinde kalıcı bir etki bırakmasına yardımcı olabilir.

Dijital pazarlama ise marka mesajının çevrimiçi platformlarda etkili iletilmesine olanak tanır (Ryan, 2016). Sosyal medya, bloglar, videolar ve diğer dijital kanallar, işletmelere marka mesajını geniş bir kitleye ulaştırma fırsatı sunar. İyi yönetilen bir dijital pazarlama stratejisi, marka mesajının etkisini artırabilir.

4.3. Marka İmajının Tanımı İletilmesi ve Algılanması

Marka imajı, işletmenin hedef kitlesi tarafından algılanan değerlerini, özelliklerini ve niteliklerini ifade eder (Keller, 1993). Bu imaj, işletmenin ürün veya hizmetlerini nasıl gördüğünü yansıtır. Marka imajı, tüketicilerin markayla ilgili olumlu veya olumsuz düşüncelerini etkileyebilir.

Marka imajı, işletmenin ürün veya hizmetlerinin kalitesi, güvenilirliği ve prestiji gibi unsurlarından oluşur (Kapferer, 2012). İyi bir marka imajı, tüketicilerin markaya güvenmelerini sağlayabilir. Marka imajı aynı zamanda işletmenin rekabet avantajını artırabilir.

Marka imajı, işletmenin pazarlama iletişimi çabalarıyla iletilir (Keller, 2011). Reklamlar, sosyal medya kampanyaları, sponsorluklar ve diğer iletişim araçları, işletmelerin marka imajını tüketicilere aktarmasını sağlar. İyi tasarlanmış bir iletişim stratejisi, marka imajının doğru şekilde iletilmesine yardımcı olabilir.

Marka imajının tüketiciler tarafından nasıl algılandığı, işletmenin marka iletişimi stratejisinin bir sonucudur (Aaker, 1996). İşletmeler, marka imajını oluştururken tüketicilerin isteklerini ve ihtiyaçlarını göz önünde bulundurmalıdır. Tüketicilerin marka imajını olumlu bir şekilde algılamaları, işletmelerin rekabet avantajını artırabilir.

5. Etkileşim ve Bağlam Oluşturma

5.1. Müşteri İlişkilerinin Güçlendirilmesi

Müşteri ilişkileri, işletmeler için uzun vadeli başarının temelini oluşturur. Müşteri ilişkileri, işletmelerin sadık müşteri tabanı oluşturmalarını sağlar (Reichheld, 1996). Sadık müşteriler, tekrarlayan satın almalar yapar ve olumlu ağızdan ağıza iletişimi teşvik eder. Müşteri ilişkileri, işletmelerin rekabet avantajını artırabilir.

Müşteri ilişkileri yönetimi, işletmelerin müşterileriyle etkileşimlerini ve geri bildirimlerini değerlendirmesini içerir (Peppers & Rogers, 2004). İyi bir müşteri ilişkileri yönetimi stratejisi, müşteri memnuniyetini artırabilir ve müşteri bağlılığını güçlendirebilir.

Müşteri ilişkilerini güçlendirmek için işletmeler, kişiselleştirilmiş hizmetler sunabilir (Berry, 1995). Müşterilerin ihtiyaçlarına ve tercihlerine uygun çözümler sunmak, müşteri memnuniyetini artırabilir. Kişiselleştirilmiş deneyimler, müşterilerin marka ile duygusal bir bağ kurmalarını teşvik edebilir.

Müşteri ilişkileri yönetimi, işletmelerin sosyal medya ve diğer dijital kanalları etkili bir şekilde kullanmasını içerir (Hennig-Thurau et al., 2010). İşletmeler, müşterileriyle çevrimiçi platformlarda etkileşim kurarak marka sadakatini artırabilir. Dijital kanallar, müşteri geri bildirimlerini anında almayı ve yanıtlamayı kolaylaştırabilir.

Müşteri ilişkileri, işletmelerin uzun vadeli başarısını etkileyebilir (Reichheld & Sasser, 1990). Sadık müşteriler, işletmeye düzenli gelir akışı sağlayabilirler. Ayrıca, olumlu müşteri deneyimleri, olumlu ağızdan ağıza iletişimi teşvik edebilir.

Müşteri ilişkileri yönetimi, müşteri bağlılığını artırarak maliyetleri düşürebilir (Reinartz & Kumar, 2002). Sadık müşteriler, işletmelerin pazarlama harcamalarını azaltabilir ve yeni müşteri kazanma maliyetini düşürebilir. Bu da işletmenin karlılığını artırabilir.

5.2. Duygusal Bağ Kurma ve İlişki Yönetimi

Duygusal bağ kurma, işletmelerin müşterilerle daha derin ve anlamlı ilişkiler geliştirmesini sağlayan önemli bir stratejidir (Pine & Gilmore, 1999). Müşteriler, markayla daha derin bir ilişki kurarak kendilerini özel hissedebilirler. Duygusal bağ, müşteri sadakatini artırabilir ve uzun vadeli müşteri ilişkileri oluşturabilir.

Duygusal bağ kurmak, müşterilerin markayla daha fazla etkileşimde bulunmasını teşvik edebilir (Hollebeek, 2011). Müşteriler, duygusal bir bağ kurdukları markayla daha sık etkileşimde bulunma eğiliminde olabilirler. Bu da işletmenin tekrarlayan satışlar yapma olasılığını artırabilir.

Duygusal bağ kurmak için işletmeler, müşterilere unutulmaz deneyimler sunabilir (Schmitt, 1999). İyi tasarlanmış bir deneyim, müşterilerin markayla daha yakından bağ kurmasını sağlayabilir. Markanın müşteri hayatının önemli anlarında yer alması, duygusal bağın oluşturulmasına yardımcı olabilir.

Duygusal bağ kurma aynı zamanda hikayeleştirme ve marka anlatısı yoluyla da gerçekleştirilebilir (Escalas, 2004). Markanın hikayesi ve değerleri, müşterilere duygusal olarak dokunabilir. Hikayeleştirme, müşterilere markayla ilişkilendirebilecekleri anlamlı ve etkileyici bir anlatı sunabilir.

Duygusal bağın sürdürülmesi, işletmelerin müşteri ilişkilerini etkili bir şekilde yönetmesini gerektirir (Gummesson, 1999). İyi bir ilişki yönetimi stratejisi, müşterilere düzenli iletişim ve değerli fırsatlar sunabilir. Müşteriler, duygusal bağlarını sürdürmek için markayla etkileşimde kalmayı tercih edebilirler.

İşletmeler, müşteri geri bildirimlerini dinlemeli ve onlara değer verdiğini göstermelidir (Grönroos, 2004). Müşterilere saygı göstermek ve onların ihtiyaçlarına duyarlılık göstermek, duygusal bağın güçlenmesine yardımcı olabilir.

5.3. Sosyal Medyanın Rolü

Sosyal medya, pazarlama iletişiminin önemli bir bileşeni haline gelmiştir. Sosyal medya, işletmelere geniş bir kitleye ulaşma fırsatı sunar (Kaplan & Haenlein, 2010). İşletmeler, sosyal medya platformları aracılığıyla hedef kitesine etkili bir şekilde ulaşabilir ve marka bilinirliğini artırabilir. Sosyal medya, işletmelerin diyalog kurmalarını ve müşteri ilişkilerini güçlendirmelerini sağlar.

Sosyal medya, tüketicilerin markalarla etkileşimde bulunma biçimini değiştirmiştir (Mangold & Faulds, 2009). Tüketiciler, sosyal medya platformlarında markalarla iletişim kurabilir, geri bildirim sağlayabilir ve deneyimlerini paylaşabilir. Bu da işletmelerin tüketici katılımını artırma ve müşteri sadakatini güçlendirme fırsatı sunar.

Sosyal medya, işletmelerin marka bilinirliğini artırmalarını sağlar (Kaplan & Haenlein, 2010). Markalar, sosyal medya platformları aracılığıyla hedef kitesine daha fazla görünürlük kazandırabilir. İyi yönetilen bir sosyal medya stratejisi, markanın tüketicilerin zihninde kalıcı bir etki bırakmasına yardımcı olabilir.

Sosyal medya, işletmelere tüketici geri bildirimi sağlama ve anında tepki verme fırsatı sunar (Hennig-Thurau et al., 2010). Tüketiciler, sosyal medya üzerinden markalara düşüncelerini ve deneyimlerini iletebilirler. İşletmeler, bu geri bildirimi dikkate alarak ürün ve hizmetlerini geliştirebilir.

Sosyal medya kullanım stratejileri, işletmelerin hedeflerine bağlı olarak farklılık gösterebilir (Kaplan & Haenlein, 2010). İşletmeler, sosyal medyayı marka bilinirliği artırmak, müşteri bağlılığı sağlamak, satışları artırmak veya tüketici katılımını teşvik etmek gibi çeşitli amaçlar için kullanabilirler.

İçerik pazarlaması, sosyal medyanın etkili kullanımında önemli bir rol oynar (Hanna et al., 2011). İşletmeler, ilgi çekici ve paylaşılabılır içerikler oluşturarak tüketicilerin dikkatini çekebilirler. Eğlenceli videolar, etkileyici hikayeler ve eğitici içerikler, sosyal medya kullanım stratejilerinin bir parçası olabilir.

SONUÇ

Bu kitap bölümünde, pazarlama iletişiminin temel konularını ele aldık ve işletmelerin stratejik iletişim stratejileri oluşturmaya nasıl yardımcı olabileceğini inceledik. Pazarlama iletişiminin, işletmelerin hedef kitleleriyle etkili iletişim kurmasını sağlayarak marka bilinirliğini artırma, müşteri bağlılığını güçlendirme ve uzun vadeli başarı elde etme potansiyeli olduğunu vurguladık.

Dijital medyanın gücünden yararlanarak, işletmelerin hedef kitlelerine daha etkili ve kişiselleştirilmiş mesajlar iletebildiğini gördük. Sosyal medyanın işletmelerin pazarlama iletişimi stratejilerini nasıl dönüştürdüğünü ve tüketicilerle daha yakın ilişkiler kurma fırsatı sunduğunu inceledik. Ayrıca, içerik pazarlaması, etkinlikler ve marka deneyimi gibi stratejilerin müşteri bağlılığını artırmada nasıl rol oynadığını gözlemledik.

Müşteri ilişkilerinin güçlendirilmesi ve duygusal bağ kurmanın, işletmelerin sadık müşteri tabanı oluşturmaya sağladığını ve uzun vadeli başarıya katkıda bulunduğunu gördük. Aynı şekilde, marka kimliği, değeri ve mesajının oluşturulması, işletmelerin benzersiz bir marka kimliği oluşturarak rekabet avantajı elde etmelerine yardımcı olabilir.

Bu kitap bölümü, pazarlama iletişiminin çok yönlü ve dinamik doğasını anlamamıza ve işletmelerin etkili iletişim stratejileri geliştirmelerine yardımcı olacak temel kavramları ele aldı. İşletmelerin hedef kitleleriyle sağlam ve anlamlı ilişkiler kurmalarına, marka değerini artırmalarına ve rekabet avantajı elde etmelerine yardımcı olabilecek stratejik yaklaşımları inceledik.

REFERANSLAR

- Aaker, D. A. (1991). *Managing Brand Equity*. The Free Press. Newyork.
- Aaker, D. A., & Keller, K. L. (1990). Consumer evaluations of brand extensions. *Journal of Marketing*, 54(1), 27-41.
- Aaker, D. A. (1996). *Building Strong Brands*. Simon and Schuster.
- Brakus, J. J., Schmitt, B. H., & Zarantonello, L. (2009). Brand experience: What is it? How is it measured? Does it affect loyalty? *Journal of Marketing*, 73(3), 52-68.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2018). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective*. McGraw-Hill Education, Newyork.
- Berry, L. L. (1995). Relationship marketing of services—growing interest, emerging perspectives. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 23(4), 236-245.
- Bilge, Atıl, F. (2016). Yeni pazarlama yaklaşımı: İçerik pazarlamasının incelenmesi ve turizm sektörüne uygulanabilirliği. *The Journal Of Academic Social Science Studies*, (44), 125-140.
- Broom, G. M., & Sha, B. L. (2013). Cutlip and Center's: Effective Public Relations. eleventh e. *England: Pearson Education Limited*.
- Chaffey, D., & Smith, P. R. (2022). *Digital Marketing Excellence: Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing*. Taylor & Francis.
- Coombs, W. T. (2014). *Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing, and Responding*. SAGE Publications.
- Dodds, W. B., Monroe, K. B., & Grewal, D. (1991). Effects of price, brand, and store information on buyers' product evaluations. *Journal of Marketing Research*, 28(3), 307-319.
- Escalas, J. E. (2004). Narrative processing: Building consumer connections to brands. *Journal of Consumer Psychology*, 14(1-2), 168-180.
- Fill, C. (2002). *Marketing Communications: Contexts, Strategies, and Applications*. Pearson Education.
- Grönroos, C. (2004). The relationship marketing process: Communication, interaction, dialogue, value. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 19(2), 99-113.
- Grunig, J. E., 81 Hunt, T. (1984). *Managing public relations*. Fort Worth, TX: Holt, Rinehart and Winston.
- Gummesson, E. (1999). *Total relationship marketing*. Routledge.
- Hanna, R., Rohm, A., & Crittenden, V. L. (2011). We're all connected: The power of the social media ecosystem. *Business Horizons*, 54(3), 265-273.
- Hennig-Thurau, T., Gwinner, K. P., Walsh, G., & Gremler, D. D. (2010). Electronic word-of-mouth via consumer-opinion platforms: What motivates consumers

- to articulate themselves on the internet? *Journal of Interactive Marketing*, 18(1), 38-52.
- Hennig-Thurau, T., Malhotra, E. C., Frieger, C., Gensler, S., Lobschat, L., Rangaswamy, A., & Skiera, B. (2010). The impact of new media on customer relationships. *Journal of service research*, 13(3), 311-330.
- Hoffman, D. L., & Fodor, M. (2010). Can you measure the ROI of your social media marketing? *MIT Sloan Management Review*, 52(1), 41-49.
- Hollebeek, L. D. (2011). Demystifying customer brand engagement: Exploring the loyalty nexus. *Journal of Marketing Management*, 27(7-8), 785-807.
- Hooley, G. J., Piercy, N. F., & Nicoulaud, B. (2021). *Marketing Strategy and Competitive Positioning*. Pearson.
- Jobber, D. (2009). *EBOOK: Principles and Practice of Marketing*. McGraw Hill.
- Kapferer, J. N. (2012). *The new strategic brand management: Advanced insights and strategic thinking*. Kogan page publishers.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.
- Keller, K. L. (1993). Conceptualizing, measuring, and managing customer-based brand equity. *Journal of Marketing*, 57(1), 1-22.
- Keller, K. L. (2011). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. Pearson Education India.
- Kotler, P. ve Keller, K. L. (2018). *Pazarlama Yönetimi*, (Çev. Kırçova, İ.), Beta Basın Yayın Dağıtım.
- Kotler, P., & Armstrong, G. M. (2010). *Principles of marketing*. Pearson Education India.
- Köse, N., & Yengin, D. (2018). Dijital pazarlamadan fijital pazarlamaya geçiş örneği olarak artırılmış gerçeklik ve sanal gerçeklik uygulamalarının pazarlama üzerindeki katkılarının incelenmesi. *İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi*, 10(1), 77-111.
- Kumar, V., & Sunder, S. (2016). Customer Lifetime Value and Its Relevance to the Consumer Packaged Goods Industry. In *Accountable Marketing* (pp. 69-82). Routledge.
- Mangold, W. G., & Faulds, D. J. (2009). Social media: The new hybrid element of the promotion mix. *Business Horizons*, 52(4), 357-365.
- Mittal, B., & Lassar, W. M. (1996). The role of personalization in service encounters. *Journal of retailing*, 72(1), 95-109.
- Peelen, E. (2013). *Customer Relationship Management: Concept, Strategy, and Tools*. Pearson Education Limited.
- Peppers, D., & Rogers, M. (2004). *Managing Customer Relationships: A Strategic Framework*. John Wiley & Sons.

- Pine II, B. J., & Gilmore, J. H. (1999). *The Experience Economy: Work Is Theatre & Every Business a Stage*. Harvard Business School Press.
- Porter, M. E. (1980). *Competitive Strategy*. The Free Press.
- Pulizzi, J. (2012). The Rise of Storytelling As The New Marketing. *Publishing Research Quarterly*, (28), 116–123.
- Pulizzi, J. (2017). *Content Inc.: How Entrepreneurs Use Content to Build Massive Audiences and Create Radically Successful Businesses*. McGraw-Hill Education.
- Reichheld, F. F., & Teal, T. (1996). The loyalty effect: The hidden force behind growth, profits and lasting. *Harvard Business School Publications, Boston*.
- Reichheld, F. F., & Sasser Jr, W. E. (1990). Zero defections: Quality comes to services. *Harvard business review*, 68(5), 105-111.
- Reinartz, W. J., & Kumar, V. (2002). The mismanagement of customer loyalty. *Harvard Business Review*, 80(7), 86-94.
- Ryan, D. (2016). *Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation*. Kogan Page.
- Schafer, J. B., Konstan, J., & Riedl, J. (1999). Recommender systems in e-commerce. In *Proceedings of the 1st ACM conference on Electronic commerce* (pp. 158-166).
- Schmitt, B. (1999). Experiential marketing: A new framework for design and communications. *Design Management Journal (Former Series)*, 10(2), 10-16.
- Kitchen, P. J., Kim, I., & Schultz, D. E. (2008). Integrated marketing communications: Practice leads theory. *Journal of advertising research*, 48(4), 531-546.
- Shimp, A.T. (2010), *Integrated Marketing Communication in Advertising and Promotion*, 8th ed., Cengage Learning, South Western.
- Shimp, T. A., & Andrews, J. C. (2013). *Advertising, Promotion, and Other Aspects of Integrated Marketing Communications*. Cengage Learning.
- Schmitt, B. (1999). *Experiential marketing: How to get customers to sense, feel, think, act and relate to your company and brands* The Free Press. New York, USA.
- Smith, P. R., & Taylor, J. (2004). *Marketing communications: an integrated approach*. Kogan Page Publishers.
- Quirk, B. (1996). *Communicating Corporate Change: A Practical Guide to Communication*

100. Bölüm

Yapay Zeka Destekli Pazarlama ve İletişim Stratejileri: Dijital Dönüşüm Çağında Etkili Yaklaşımlar

Yasemin BİLİŞLİ¹

¹ Doç. Dr.; Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler MYO, yasemin@akdeniz.edu.tr ORCID No: 0000-0001-9272-9568

ÖZET

GİRİŞ

Günümüz dünyasında, iletişim ve pazarlama alanları hızla evriliyor ve dijital dönüşümün etkileri diğer alanlarda olduğu gibi bu alanlarda da her geçen gün daha da derinleşiyor. Dijital dönüşümün hız kazandığı bu çağda, pazarlama ve iletişim daha önce hiç olmadığı kadar yakından bağlantılı hale geldi. Yapay zeka, bu bağlantının kuvvetini artırarak veri analizi, kişiselleştirilmiş içerik üretimi, etkileşim ve tahmin yetenekleri ile stratejilerimizi kökten değiştiriyor.

Pazarlama ve iletişim alanlarındaki bu dönüşüm, sadece fırsatlar sunmakla kalmıyor, aynı zamanda yeni sorumlulukları da beraberinde getiriyor. Etik, veri gizliliği ve insan-makine işbirliği gibi konular, yapay zeka destekli stratejileri başarılı bir şekilde uygularken dikkate alınması gereken temel noktalardan bazılarıdır.

Bu bölüm, bu dönüşümün altında yatan temel konuları incelemek ve yapay zeka destekli pazarlama ve iletişim stratejilerinin nasıl oluşturulacağını ortaya koymayı amaçlamaktadır.

İlk bölümde, dijital dönüşümün ne anlama geldiğine odaklanıyor ve neden bu kadar önemli olduğunu açıklıyoruz. Dijital pazarlamanın temel kavramlarına giriş yaparak, neden dijital dönüşümün pazarlama stratejilerine entegre edilmesinin gerektiğini vurguluyoruz.

Sonrasında, iletişimdeki yeni paradigmaları inceleyerek, hedef kitle analizi, kişiselleştirme gibi konuları ele alıyoruz. Teknolojinin iletişimdeki etkisini değerlendirerek, yapay zeka teknolojisinin kullanıldığı alanların, pazarlamadaki rolünü inceliyoruz.

Bir sonraki bölümde sürdürülebilir ve etkili pazarlama stratejileri oluşturmanın yollarını ele alıyoruz.

Son bölümde ise, pazarlama ve iletişim alanında yapay zeka teknolojisinin de kullanımıyla meydana gelen dönüşümün beraberinde getirdiği etik sorumluluk ve bunun için yapılması gerekenleri inceliyoruz.

1. Dijital Dönüşümün Yolculuğunda Pazarlama ve İletişim

1.1. Dijital Dönüşümün Anlamı ve Önemi

Dijital dönüşüm, son yıllarda iş dünyasında hızla benimsenen ve tüm sektörlerde büyük etkiler yaratan bir kavramdır. Dijital teknolojinin hızla ilerlemesi ve yaşamın her alanını etkilemesi, iş dünyasında da köklü bir dönüşümü beraberinde getirmiştir. Pazarlama stratejileri de bu dijital dönüşümden etkilenecek yeni bir şekil almıştır. Bu dönüşüm, "dijital dönüşüm" olarak adlandırılan bir süreci ifade eder ve organizasyonların, iş süreçlerinin, ürünlerin ve hizmetlerin dijital teknolojilere entegre edilmesini anlatır. Dijital dönüşüm, müşterilerle daha yakın etkileşimler ve kişiselleştirilmiş deneyimler

sunma gibi avantajlara da sahiptir (Westerman, Bonnet & McAfee, 2014). Dijital dönüşüm, teknolojinin iş yapma şeklini, tüketici davranışlarını ve endüstrilerin yapısını temelden değiştiren bir değişim dalgasıdır.

Dijital dönüşüm, işletmelerin geleneksel iş süreçlerini ve yöntemlerini dijital teknolojilerle değiştirerek daha hızlı, verimli ve rekabetçi olmalarını sağlayan bir süreçtir (Johnson, et al., 2017). Bu dönüşümün iş dünyasındaki etkisi sadece teknolojik bir yenilikle sınırlı değildir. Dijital dönüşüm, organizasyonların rekabet avantajı elde etmesini, verimliliğin artırmasını, müşteri deneyiminin iyileştirmesini ve yeni iş modellerinin keşfedilmesini sağlar (Bharadwaj, El Sawy, Pavlou & Venkatraman, 2013). Geleneksel iş yapma biçimleri yerini, veri odaklı ve esnek yaklaşımlara bırakmaktadır.

Dijital dönüşümün önemi sadece büyüklükte değil, aynı zamanda sürdürülebilir başarıda da yatar. Araştırmalar, dijital dönüşümü benimseyen organizasyonların daha yüksek verimlilik, daha hızlı yenilikçilik ve daha iyi müşteri memnuniyeti elde ettiklerini göstermektedir (Berman & Marshall, 2006). Ayrıca, dijital dönüşüm, organizasyonların hızla değişen pazar koşullarına uyum sağlamalarına ve rekabet avantajını korumalarına yardımcı olur. Tüm bu nedenlerden dolayı, işletmeler dijital dönüşüme ayak uydurarak pazarlama stratejilerini dijitalleştirmek zorundadır.

Dijital dönüşümün iş dünyasındaki yeri ve önemini anlamak, günümüzün rekabetçi ve dinamik ortamında başarının anahtarıdır.

1.2. Dijital Dönüşümün Pazarlama Stratejilerine Etkileri

İşletmelerin, dijital dönüşüme geçişte araştırma-geliştirme, teknik bilgi/alt yapı, tedarik zinciri gibi önemli faaliyetleri birbiriyle entegre etmesiyle birlikte, işletmelerin karar verme süreçlerinde daha etkin olması, doğru ürün ve pazarlama stratejilerini hayata geçirmesi, tüketici ihtiyaç ve isteklerine en kısa sürede cevap vermesi, ulusal ve uluslararası pazarda rekabet avantajı elde edebilmesi bakımından son derece önemlidir (Veile vd., 2019:16).

Geleneksel pazarlama anlayışının ve yöntemlerinin ötesine geçen dijital dönüşüm ile işletmeler ve markalar tüketici davranışlarındaki değişikliklere ayak uydurmasını gerektiren bir zorunluluk yaratmıştır. Bu dönüşüm, teknolojinin hızlı ilerlemesiyle birlikte tüketici beklentilerinin ve etkileşim dinamiklerinin evrimini yansıtmaktadır. Artık tüketiciler, geleneksel pazarlama taktiklerine tepki vermek yerine, markaların özgün ve kişisel deneyimler sunmasını talep etmektedir. Dijital dönüşümün pazarlama stratejilerine olan etkileri bu yeni döneme uyum sağlama ve rekabet avantajı elde etme amacıyla işletmelere yeni yaklaşımlar sunmaktadır.

Dijital dönüşümün pazarlama stratejilerine en belirgin etkilerinden biri, müşteri deneyiminin ve sadakatının merkeze alınmasıdır. Geleneksel pazarlama yaklaşımı, ürün ve hizmetlerin tanıtımına odaklanırken, dijital dönüşüm süreci müşteri deneyimini önceliklendirmektedir. Tüketiciler, artık sadece ürün veya hizmet satın almak değil, aynı zamanda markalarla anlamlı ve sürekli bir etkileşim içinde olmak istemektedir. Bu noktada, dijital teknolojilerin sağladığı veri analitiği, tüketicilerin tercihlerini, davranışlarını ve ihtiyaçlarını anlamayı kolaylaştırarak markaların kişiselleştirilmiş deneyimler sunmasına olanak tanımaktadır (Li & Bernoff, 2010).

Dijital dönüşüm aynı zamanda pazarlama stratejilerinin temelini oluşturan hedef kitle analizini de şekillendirmektedir. Dijital platformlar, tüketicilerin çevrimiçi davranışları hakkında zengin ve anlamlı veriler sunar. Bu veriler, pazarlamacıların hedef kitleleri hakkında daha derinlemesine bilgi edinmelerine ve onların ihtiyaçlarına uygun içerik ve teklifler sunmalarına yardımcı olur. Örneğin, e-ticaret platformlarından ve sosyal medya etkileşimlerinden elde edilen veriler, demografik özellikler, ilgi alanları ve alışveriş alışkanlıkları hakkında değerli içgörüler sunar. Bu da pazarlamacıların hedef kitlenin beklentilerine ve taleplerine daha iyi cevap vermesini sağlar ve rekabet avantajını artırır (Davenport, Harris & Morison, 2010).

Bununla birlikte, dijital dönüşüm pazarlama stratejilerine iletişim biçimlerinde de köklü bir değişim getirmiştir. Sosyal medya platformları, etkileyici pazarlama kampanyaları, interaktif içerikler ve online etkinlikler gibi dijital araçlar, markaların tüketicilerle daha yakın ve etkileşim odaklı ilişkiler kurmalarını sağlar. Bu tür etkileşim odaklı yaklaşımlar, tüketicilerin markalara duygusal bir bağ geliştirmelerini, sadık müşteriler olmalarını ve marka mesajlarını daha etkili bir şekilde yaymalarını teşvik edebilir (Qualman, 2012).

Sonuç olarak, dijital dönüşüm, pazarlama stratejilerini temelden değiştirmiş ve işletmeleri tüketici odaklı, veri odaklı ve etkileşim odaklı yeni yaklaşımlar benimsemeye yönlendirmiştir. Bu değişim, geleneksel pazarlama yöntemlerinin yetersiz kaldığı bir dönemde, işletmelerin tüketici beklentilerine cevap verme yeteneklerini artırmıştır. Gelecekte, dijital dönüşümün hız kesmeden ilerlemesiyle birlikte, pazarlama stratejileri ve taktikleri de daha da evrilecek ve işletmelere daha fazla fırsat sunacaktır.

1.3. Dijital Pazarlama Araçları

Günümüzün dijital çağında, çeşitli dijital pazarlama araçlarının ortaya çıkması sayesinde pazarlama stratejileri önemli ölçüde gelişti. Bu araçlar, pazarlamacılara hedef kitlelerine daha verimli ve etkili bir şekilde ulaşmak, onlarla etkileşim kurmak ve bunları analiz etmek için güçlü yetenekler sağlar.

Arama Motoru Optimizasyonu (SEO): İşletmelerin dijital varlıklarının merkezi olan web siteleri, potansiyel müşterilere ulaşmanın temel bir yoludur. Temel dijital pazarlama araçlarından biri olan SEO, bir web sitesinin içeriğini, yapısını ve yetkisini, arama motoru sonuç sayfalarındaki görünürlüğünü artırmak ve daha iyi sıralamalarda yer alması için optimize etmeyi ifade eder. Pazarlamacılar, SEO araçlarını kullanarak anahtar kelime araştırması yapabilir, web sitesi performansını analiz edebilir ve organik arama sıralamalarını iyileştirmek için sayfa içi ve sayfa dışı öğeleri optimize edebilirler (Moz, 2021).

Arama Motoru Pazarlaması (SEM): Arama motorlarında web sitesi görünürlüğünü artırmak için kullanılan ücretli çevrimiçi reklamcılık türüdür. SEM genellikle SEO ile birlikte kullanılır. Arama motorları bilgiye hızlı erişim açısından kolaylıklar sunan, sanal ortam kullanıcılarının ziyaret ettiği mecralardır. Arama motoru pazarlaması ise şirketlerin farkındalık yaratma çabaları açısından önemli ve farklı bir uygulama gerektirmesi sebebiyle de yeni olanaklara sahiptir (Yurdakul ve Bat, 2011: 57).

İnternet sitelerinin arama motoru sonuç sayfalarındaki görünürlüklerini artırarak tanıtım ve satış yapma imkanı sağlayan arama motoru pazarlaması doğrudan alıcılara ulaşmak için arama motorlarını kullanan ve web sitelerinin arama motorları aracılığı ile hedef kitlelere ulaşmasını sağlayan, internet reklamcılığı, web sitesi optimizasyonu, performans analizi gibi kapsamlı çalışmaları barındıran bir dizi işlemden oluşmaktadır (Scott, 2008: 254). Arama motoru pazarlaması hızlı sonuçlar sağlayarak satış sürecine güçlü bir destek sağlayan bir pazarlama yöntemidir.

Affiliating Marketing: Affiliate marketing, işletmelerin ürünlerini veya hizmetlerini pazarlamak isteyen bağımsız kişiler veya diğer işletmelerle anlaşmalar yaparak, belirli bir komisyon karşılığında satışlardan gelir elde etmelerini sağlayan bir modeldir. Belirli bir kitleye hitap eden kişilerin markaların ürün veya hizmetlerini internet ortamında tanıtarak satış yapması ve yaptığı satışlardan da komisyon almasına Affiliate Marketing adı verilir (Timsah Ajans, 2022). Bu modelde, işletme ürünlerini tanıtmak için affiliate (ortaklık) olarak adlandırılan kişilerle çalışır. Bu ortaklar, kendi ağlarındaki veya dijital varlıklarındaki içerikleri kullanarak ürünleri veya hizmetleri tanıtarak, satışlardan pay alırlar.

Bağlı kuruluşlara genellikle farklı komisyon yapılarına göre ödeme yapılır:

- a-Tıklama Başına Ödeme (PPC) Reklamcılığı:** Tıklama Başına Ödeme (PPC) reklamcılığı, pazarlamacıların arama motorlarında ve çeşitli çevrimiçi platformlarda reklam görüntülemesine olanak tanıyan bir diğer önemli dijital pazarlama aracıdır. Google Ads ve Bing Ads gibi platformlar, pazarlamacıların belirli anahtar kelimeleri, yerleri, demografik bilgileri ve ilgi alanlarını hedeflemesine olanak tanıyan güçlü PPC reklamcılık araçları sunar (Chaffey, 2019). Pazarlamacılar, PPC aracılığıyla web sitelerine hedeflenen trafiği yönlendirebilir ve yalnızca kullanıcılar reklamlarını tıkladığında ödeme yapabilir. Bu yöntemde, herhangi bir satışın gerçekleşip gerçekleşmediğine bakılmaksızın, satıcının web sitesine yaptıkları her tıklama için bir komisyon kazanırlar.
- b- Satış başına ödeme (PPS):** Bir müşteri, satış ortağı bağlantısı aracılığıyla bir satın alma işlemi gerçekleştirdiğinde satış ortağı, satış değerinin bir yüzdesini veya sabit bir miktarını alır.
- c- Potansiyel müşteri başına ödeme (PPL):** Yönlendirilen bir ziyaretçi, bir haber bültenine kaydolmak veya bir formu doldurmak gibi belirli bir işlemi tamamladığında, bağlı kuruluşlar komisyon alır.

Sosyal Medya Yönetim Araçları: Sosyal medya yönetim araçları, pazarlamacıların farklı platformlarda sosyal medya pazarlama çabalarını kolaylaştırmasına yardımcı olur. Bu araçlar sosyal medya planlaması, içerik oluşturma, izleyici katılımı ve performans takibi gibi özellikler sağlar. Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn gibi sosyal medya platformları, işletmelerin hedef kitleleriyle etkileşimde bulunmalarını sağlar. Etkileyici içerikler oluşturmak, takipçi sayısını artırmak ve marka sadaketi oluşturmak için kullanılır. Ayrıca Hootsuite, Buffer gibi araçlar, farklı sosyal medya platformlarını yönetmek, içerikleri planlamak ve takipçi etkileşimini izlemek için kullanılır.

Pazarlama Analitiği Yazılımı: Pazarlama analitiği yazılımı, dijital pazarlama kampanyalarının etkililiğinin ölçülmesinde ve analiz edilmesinde kritik bir rol oynar. Bu araçlar, pazarlamacıların web sitesi trafiği, dönüşüm oranları, etkileşim ölçümleri ve yatırım getirisi (ROI) gibi temel performans göstergelerini (KPI'ler) izlemesine olanak tanır (Nguyen, 2019). Google Analytics, Adobe Analytics ve HubSpot gibi araçlar, pazarlamacılara içgörü elde etmek ve veriye dayalı pazarlama kararları vermek için kapsamlı analiz yetenekleri sağlar.

E-posta Pazarlaması: E-posta pazarlaması, ticari bir metnin ya da multimedya mesajının e-posta aracılığıyla hedef kitleye gönderildiği bir dijital pazarlama şeklidir. E-posta, potansiyel ve mevcut müşterilere doğrudan ulaşmanın etkili yollarından biridir. Kişiselleştirilmiş e-posta kampanyaları, promosyonlar, haber bültenleri gibi taktikler kullanılır. Genel olarak, bir işletme tarafından mevcut veya potansiyel müşterilere gönderilen herhangi bir e-posta, e-posta pazarlaması olarak görülebilir (Khan vd., 2016: 458).

E-posta, ürün/hizmetler hakkında marka oluşturmak, bilgi paylaşmak, müşterileri işletmenin web sitesine yönlendirmek ve siparişlerin durumunu bildirmek gibi amaçlar için kullanılabilir. Pazarlamacılar bugün, bültenler, ödül programları ve topluluk oluşturma gibi çeşitli e-posta tekniklerini kullanmaktadırlar. E-posta, müşterilerle sürekli diyalog kurmak ve kişiselleştirilmiş bilgi, eğlence ve promosyon karışımını iletme için kullanılan en yaygın araçlardan biridir (Merisavo ve Raulas, 2004:499).

2. Dijital Dönüşümün Yolculuğunda Pazarlama ve İletişim

2.1. İletişimin Dijital Dönüşümü

Dijital dönüşüm, iletişim alanında da köklü değişikliklere neden olmuş, geleneksel iletişim yöntemleri dönüşerek işletmelerin ve bireylerin iletişim şekillerini etkilemiştir (Kaplan & Haenlein, 2010). Gazeteye başlayan, radyo ve televizyonla devam eden geleneksel kitle iletişim araçlarına ek olarak, günümüzde adeta devrim yaratan, ilk olarak yeni medya adıyla anılan, sonrasında ise çoğunlukla dijital medya ya da dijital kitle iletişim araçları olarak ifade edilen araçlar toplumların ve kültürlerin değişmesine yol açan en önemli faktör olarak karşımıza çıkmaktadır (Çakmak, 2022: 215). Dijital dönüşüm ile iletişim süreçleri daha hızlı, erişilebilir ve etkileşim odaklı hale gelmiştir (Chaffey, 2019). Geleneksel medyanın yanı sıra sosyal medya platformları, dijital iletişimin öncüleri olarak ortaya çıkmıştır. İnsanlar, artık haberleri anında takip edebilir, dünya genelindeki olaylara katılabilir ve görüşlerini hızla paylaşabilir hale gelmiştir (Kaplan & Haenlein, 2010).

İletişimin dijital dönüşümünün en belirgin yansımalarından biri de sosyal medyadır. İşletmeler, markalarını ve ürünlerini hedef kitlelere ulaştırmak, tüketicilerle etkileşimde bulunmak ve geri bildirim almak için sosyal medya platformlarını aktif bir şekilde kullanmaktadır. Bu platformlar, interaktif içerikler, canlı yayınlar ve etkileyici kampanyalar yoluyla marka sadakatini artırma ve tüketici katılımını teşvik etme fırsatı sunar (Tiago & Verissimo, 2014).

Dijital dönüşüm, içerik oluşturma ve paylaşımını da dönüştürmüştür. İşletmeler ve bireyler, içeriklerini daha görsel, etkileyici ve özgün hale getirerek

dikkat çekmeye çalışmaktadır. Hikaye anlatımı, dijital iletişimin önemli bir unsuru haline gelmiş, markalar ve kişiler kendilerini daha iyi ifade etmek ve bağ kurmak için hikayelerini kullanmaya başlamışlardır (Dahlen et al., 2009).

Dijital iletişim, büyük miktarda verinin oluşturulduğu bir alan haline gelmiştir. Veri analitiği işletmeler ve pazarlamacıların tüketicilerin davranışlarını, tercihlerini ve eğilimlerini anlamalarına yardımcı olmaktadır. Bu veriler, kişiselleştirilmiş iletişim stratejileri oluşturmak, hedef kitleyi daha iyi anlamak ve iletişim etkinliğini ölçmek için kullanılmaktadır (Kannan et al., 2017).

Öte yanda dijital dönüşüm, coğrafi sınırları kaldırarak küresel iletişimi artırmıştır. İnternet sayesinde insanlar, farklı kültürlerden, dillerden ve farklı bölgelerden insanlarla iletişim kurabilir hale gelmiştir. İşletmeler, küresel pazarlara erişim sağlayarak ürün ve hizmetlerini daha geniş kitlelere tanıtmaya fırsatını elde eder.

Neticede dijital dönüşüm, iletişim alanını temelden değiştirerek işletmelerin ve bireylerin iletişim şekillerini dönüştürmüştür. Sosyal medyanın yükselişi, içerik yönetimi ve veri analitiği gibi faktörler, iletişimi daha hızlı, etkili ve kişiselleştirilmiş hale getirmiştir. İşletmeler, dijital dönüşümün getirdiği bu yeni yaklaşımları benimseyerek rekabet avantajı elde edebilir ve daha geniş kitlelere ulaşabilirler.

2.2. Hedef Kitle Analizi ve Kişiselleştirme Yaklaşımları

Dijital dönüşümün etkisiyle birlikte, işletmeler artık daha önce hiç olmadığı kadar keskin ve etkili hedef kitle analizi yapabilmekte ve bu analizlere dayalı olarak kişiselleştirilmiş pazarlama stratejileri geliştirebilmektedir.

Hedef kitle analizi, işletmelerin ürün veya hizmetlerini en iyi şekilde hedeflenen tüketici segmentlere ulaştırabilmeleri için önemli bir adımdır. Dijital dönüşüm sayesinde, işletmeler web trafiği, sosyal medya etkileşimleri, arama sorguları ve diğer dijital izler aracılığıyla tüketicilerin davranışlarını daha iyi anlayabilirler. Bu veriler, demografik bilgiler, ilgi alanları, satın alma alışkanlıkları ve daha fazlasını içerebilmektedir.

Kişiselleştirme ise dijital pazarlamanın en güçlü araçlarından biridir. İşletmeler, topladıkları verilere dayalı olarak tüketicilere özelleştirilmiş içerik, öneriler ve teklifler sunarak daha etkili iletişim sağlayabilirler. Örneğin, bir e-ticaret platformu, kullanıcının alışveriş geçmişine ve tercihlerine dayalı olarak önerilerde bulunabilir. Bu yaklaşım, tüketicilerin daha yakından ilgilendiği ve dikkatini çektiği için etkili sonuçlar elde etme potansiyeline sahiptir.

Kişiselleştirme sadece içerikle sınırlı değildir, aynı zamanda içeriğin sunulma şekliyle de ilgilidir. İşletmeler, dinamik içerik üretimi kullanarak farklı

segmentlere özelleştirilmiş içerik sunabilirler. Ayrıca, A/B testleri gibi yöntemlerle hangi tür içeriklerin ve sunum şekillerinin daha etkili olduğunu ölçebilirler (Verhoef et al., 2017).

Dijital dönüşüm, işletmelere hedef kitle analizi ve kişiselleştirme yaklaşımları konusunda benzersiz fırsatlar sunmakla birlikte veri gizliliği ve etik meseleleri de beraberinde getirir. İşletmeler, topladıkları verileri etik kurallar ve yasal düzenlemelere uygun şekilde kullanmak zorundadır. Tüketicilerin gizlilik haklarına saygı göstermek, uzun vadeli başarılı bir ilişkinin temelini oluşturur (Zimmer, 2010). İşletmeler, topladıkları verileri akılcıca kullanarak tüketicilere daha etkili ve özelleştirilmiş bir deneyim sunabilirler.

2.3. Yapay Zeka ve İletişimdeki Evrilişi

Dijital dönüşümün en dikkat çekici bileşenlerinden biri de, yapay zeka (YZ) teknolojisinin iletişim alanına entegrasyonudur. Yapay zeka, iletişim süreçlerini daha akıllı, kişiselleştirilmiş, hızlı ve etkili hale getirmek için önemli fırsatlar sunmaktadır. Pazarlama da, dijital dönüşüm ve yapay zeka gibi faktörlerin etkisiyle köklü bir değişim yaşamıştır. Geleneksel pazarlama yöntemlerinden dijital platformlara kayış ve yapay zeka teknolojisinin kullanımı, pazarlamada yeni trendlerin doğmasına neden olmuştur. Pazarlama trendlerindeki değişimi ve yapay zekanın bu değişim üzerindeki etkilerini pazarlama iletişimi açısından ele alacak olursak, YZ teknolojisinin kullanıldığı bazı alanları şu şekilde özetlemek mümkündür:

- a- Kişiselleştirilmiş İletişim:** Yapay zeka, büyük veri analizi ve öğrenme algoritmaları sayesinde tüketicilerin davranışlarını daha iyi anlayarak kişiselleştirilmiş iletişim stratejileri oluşturabilir. İşletmeler, yapay zeka destekli sistemlerle tüketicilere özelleştirilmiş içerikler ve teklifler sunabilir. Bu sayede tüketicilerin ilgisi ve katılımı artarken işletmeler de daha etkili sonuçlar elde edebilirler (Davenport, 2018). Örneğin, bir e-ticaret platformu, tüketici geçmişi ve tercihlerine dayalı olarak ürün önerileri sunabilir.
- b- Chatbotlar:** Chatbotlar, yapay zeka teknolojisinin iletişimdeki en belirgin yansımalarından biridir. İşletmeler, web sitelerinde veya sosyal medya platformlarında chatbotlar kullanarak tüketicilerle etkileşimde bulunabilirler. Chatbotlar, tüketicilerin sorularını yanıtlamak, yardımcı olmak ve hızlı çözümler sunmak için kullanılır. Bu da hem müşteri memnuniyetini artırır hem de işletmelere zaman kazandırır (Huang &

Rust, 2018). Aynı zamanda müşteri ilişkilerini güçlendirir ve marka sadakatini artırır.

c- Duygu Analitiği: Dijital dönüşümün getirdiği yeni teknolojilerin bir diğer önemli yönü, duygu analitiği alanındaki gelişmelerdir. İşletmeler artık tüketicilerin duygusal tepkilerini anlamak ve bu tepkileri iletişim stratejilerine entegre etmek için yapay zeka destekli duygu analitiği araçlarından yararlanmaktadır. Duygu analitiği, tüketicilerin çevrimiçi etkileşimlerinden elde edilen verileri analiz ederek duygusal tepkileri anlama amacını taşır. İşletmeler, sosyal medya paylaşımları, yorumlar, incelemeler ve daha fazlası gibi verileri kullanarak tüketicilerin memnuniyet düzeyini, olumlu ve olumsuz duygusal tepkilerini belirleyebilir. Bu bilgiler, iletişim stratejilerinin daha etkili bir şekilde yönlendirilmesine olanak sağlar. Duygu analitiği, işletmelere tüketicilerin gerçek duygusal tepkilerini anlama imkanı verir. Geleneksel anketler ve odak grupları yerine, yapay zeka ile desteklenen duygu analitiği sayesinde işletmeler tüketicilerin iç dünyasına daha derinlemesine bir bakış elde edebilirler. Bu içgörüler, ürün geliştirme, pazarlama stratejileri ve marka yönetimi gibi alanlarda fark yaratma potansiyeli taşır. İşletmeler için tüketici davranışlarını incelemek her zaman için ön plandadır. Yapılan bir araştırmada pazarlama alanında yapılan akademik çalışmaların büyük bir kısmının pazar araştırması ve tüketici davranışları alanında olduğu tespit edilmiştir (Ak, 2019). Anketler, mülakatlar ve odak grup görüşmeleri yıllar içerisinde tüketiciyi anlamak için kullanılan temel araçlar iken 2000'li yıllar ile birlikte sosyal medya kullanımının artması ve bireylerin yoğun bir şekilde paylaşım yapması bu alandaki bakış açısını da değiştirmiştir. Artık bireylerin herhangi bir marka ya da ürün hakkındaki görüşlerini almak için onlara ulaşmaya gerek kalmadan, görüşlerinin gönüllü olarak paylaştıkları sosyal medya içeriklerini inceleyerek, yararlı bilgilerin elde edilmesine doğru bir eğilim söz konusudur (Kou, Du, He & Ye, 2016). İçeriklerin ne tür bir duygu içerdiğini anlamaya yönelik bir yöntem olan duygu analizi son yıllarda sosyal medya analitiği alanında ön plana çıkmıştır.

d- Trend Analizi ve Tahminler: Yapay zeka, büyük miktarda veri analizi yapabilme yeteneği sayesinde trendleri belirlemekte ve gelecekteki eğilimleri tahmin etmede önemli bir rol oynar. İşletmeler, yapay zeka modellerini kullanarak tüketicilerin neye ilgi gösterebileceğini ve hangi konuların popüler olabileceğini tahmin edebilirler. Sosyal medya analizi, yapay zekanın trend belirleme konusunda güçlü olduğu bir alandır (Pennington et al., 2014). Bu analizler sayesinde işletmeler içerik

üretiminde ve pazarlama stratejilerinde daha önceden belirlenmiş trendlere göre hareket edebilirler. Bu durum işletmelerin pazarlama stratejileri ve iletişim planlamaları için kılavuz niteliği taşır (Verhoef et al., 2017; Chatfield, 2019).

- e- Özetleme ve İçerik Analizi:* YZ, metin tabanlı içerikleri analiz ederek özet çıkarabilme ve içerik analizi yapabilme yeteneği sunar. Bu, uzun metinleri özetleyerek hızlı bir şekilde anlam çıkarmayı sağlar. Ayrıca, sosyal medya analizi, marka itibarı analizi, duygu analizi gibi içerik analizi teknikleri ile iletişimin etkisi ve anlamı daha iyi anlaşılabilir (Pennington et al., 2014).
- f- Ses Tanıma ve Konuşma Sentezi:* Ses tanıma ve konuşma sentezi teknolojileri, kullanıcının konuşmasını anlama ve konuşma temelli iletişimi destekleme konusunda büyük bir evrilmiş sağlamaktadır. Ses tanıma, kullanıcının konuşmasını metne dönüştürebilirken, konuşma sentezi ise metni konuşmaya dönüştürerek etkileşimli bir iletişim sağlayabilir. Bu teknolojiler, sesli asistanlar, sesli komutlu sistemler ve telefon sistemleri gibi birçok alanda kullanılmaktadır (Jurafsky & Martin, 2019; Deng & Li, 2013).

Pazarlama trendleri, dijital dönüşüm ile birlikte yeni iletişim teknolojileri sayesinde büyük bir değişim yaşamıştır. Geleneksel reklam yöntemleri yerini dijital platformlarda içerik oluşturmaya, sosyal medya pazarlamasına, influencer işbirliklerine ve daha fazlasına bırakmıştır (Chaffey, 2019). İşletmeler, geleneksel yöntemlerden uzaklaşarak dijital platformlara yönelmiş ve yapay zeka ile daha etkili, kişiselleştirilmiş ve analitik odaklı pazarlama stratejileri oluşturmuşlardır. Ancak bu değişimde etik ve insana odaklılık gibi değerleri göz ardı etmemek büyük önem taşımaktadır.

3. Dijital Pazarlama Stratejilerinde Sürdürülebilirlik

Dijital dönüşümün işletmelere sağladığı avantajlardan biri de sürdürülebilirlik alanında yeni fırsatların doğmasını sağlamış olmasıdır. İşletmeler, dijital pazarlama stratejilerini sürdürülebilirlik ilkeleri ile birleştirerek hem çevresel hem de toplumsal açılardan daha sorumlu bir yaklaşım benimseyebilirler.

Dijital pazarlama stratejileri, sürdürülebilirlik ilkeleriyle uyumlu bir şekilde tasarlanabilir ve uygulanabilir (Osterwalder, Pigneur, Bernarda, & Smith, 2015). Sürdürülebilirlik, çevresel, sosyal ve ekonomik faktörlerin korunması ve dikkate alınması anlamına gelir. Dijital pazarlama stratejileri de bu faktörleri

göz önünde bulundurarak uzun vadeli başarının yanı sıra toplumsal ve çevresel etkileri de gözetken bir yaklaşım benimseyebilir.

Sürdürülebilirlik, işletmelerin gelecek nesillerin ihtiyaçlarını karşılamak üzere kaynakları etkili bir şekilde kullanmalarını ve çevresel etkilerini minimize etmelerini gerektiren bir yaklaşımdır. Dijital pazarlama stratejileri de bu çerçevede ele alındığında, işletmelerin çevresel ve toplumsal etkilerini azaltabileceği bir alan olarak ön plana çıkar. Örneğin, çevrimiçi reklamcılık geleneksel matbaa reklamlarına göre daha az kağıt tüketimi gerektirir ve bu da doğal kaynakların korunmasına katkı sağlar.

Dijital pazarlama stratejilerinde sürdürülebilirlik için temel adımların bazıları şu şekilde ifade edilebilir:

- a- **Hedef Kitle Belirleme:** Dijital pazarlama stratejilerinin sürdürülebilir olması için öncelikle hedef kitleyi iyi belirlemek önemlidir. Bu, belirli bir pazar segmentinin ihtiyaçlarını ve değerlerini anlamayı gerektirir. Bu şekilde, sürdürülebilirlikle ilgili değerlere uygun mesajlar ve içerikler sunulabilir.
- b- **Enerji Verimliliği:** Dijital pazarlama stratejilerinde enerji verimliliği göz önünde bulundurulabilir. Örneğin, çevrimiçi reklamcılığın enerji tüketimini azaltmak için daha verimli reklam formatları ve sunucu altyapıları kullanılabilir.
- c- **Yeşil İletişim:** Sürdürülebilirlikle ilgili mesajlar içeren dijital iletişimlerle markanın yeşil çıkarlarını vurgulamak önemlidir. Bu, tüketicilere markanın çevresel taahhütlerini aktarmak ve onları harekete geçirmek için kullanılabilir. Bu bağlamda dijital pazarlama, işletmelere yeşil ürünleri ve sürdürülebilir uygulamaları vurgulayarak bilinçli tüketimi teşvik etme fırsatı sunar. İşletmeler, dijital platformlarda sürdürülebilir ürünleri ve uygulamaları tanıtarak tüketicileri bilinçli tercihler yapmaya teşvik edebilirler. Bu sayede sürdürülebilir ürünlerin pazar payı artarken tüketiciler de daha çevre dostu seçimler yapabilirler (Kotler et al., 2016).
- d- **Sosyal Sorumluluk:** Dijital pazarlama stratejileri, sosyal sorumluluk bilinciyle tasarlanabilir. Farklı sosyal sorunlara odaklanan kampanyalar, toplumsal farkındalığı artırabilir ve markanın sosyal etkisini güçlendirebilir.
- e- **Veri Gizliliği:** Dijital pazarlama stratejilerinde veri gizliliğine özen göstermek önemlidir. Kullanıcıların kişisel verilerini korumak ve etik veri toplama ve kullanım yöntemlerini benimsemek, sürdürülebilir bir dijital pazarlama stratejisinin bir parçasıdır.

- f- **Uzun Vadeli Değerler:** Sürdürülebilir dijital pazarlama stratejileri, uzun vadeli değerlere odaklanır. Yüksek kaliteli içerik üreterek ve müşterilere uzun vadeli değer sunarak sadık bir müşteri tabanı oluşturulabilir.
- g- **Eğitim ve Farkındalık:** Sürdürülebilirlikle ilgili eğitim ve farkındalık oluşturma çabaları, dijital pazarlama stratejilerinin parçası olabilir. Dijital pazarlama, sürdürülebilirlik konusunda farkındalık yaratmak için etkili bir araçtır. İşletmeler, web siteleri, bloglar, sosyal medya ve diğer dijital kanallar aracılığıyla sürdürülebilirlikle ilgili eğitici içerikler sunarak tüketicilerin bilgi düzeyini artırabilirler. Bu içerikler sayesinde tüketiciler, sürdürülebilirlik konusundaki önemli sorunlar hakkında daha fazla bilgi sahibi olabilir ve davranışlarını buna göre yönlendirebilirler. Marka bir yanda tüketicilere sürdürülebilirlik hakkında bilgi sağlarken öte yandan onları ürünlerin ve hizmetlerin sürdürülebilir özelliklerine yönlendirebilir.

Dijital pazarlama stratejileri, sürdürülebilirliği teşvik etme ve işletmelerin daha sorumlu bir şekilde faaliyet göstermesini sağlama potansiyeli taşır. Dijital pazarlama stratejilerinin sürdürülebilirliği sağlamak, marka itibarını artırabilir, müşteri sadakatini güçlendirebilir ve gelecekteki başarı için önemli bir rekabet avantajı sağlayabilir. Ancak, her pazarlama stratejisi, hedef kitleye ve sektöre bağlı olarak farklılık gösterir. Dolayısıyla, markaların kendi değerlerine, pazarlarına ve hedef kitlelerine en uygun sürdürülebilirlik stratejisini benimsemeleri önemlidir.

4. Yapay Zeka Destekli Pazarlama İletişiminde Etik

Yapay zeka, dijital dönüşümün bir sonucu olarak pazarlama iletişimde yeni fırsatlar yaratırken, etik sorunları da beraberinde getirmiştir.

Yapay zeka, işletmelere pazarlama iletişimi süreçlerini daha etkili hale getirme imkanı sunar. Müşteri davranışlarını analiz eden yapay zeka algoritmaları, tüketicilerin tercihlerini ve ihtiyaçlarını daha iyi anlama yeteneği kazandırır (Verhoef et al., 2017). Bu sayede, işletmeler hedef kitlelere kişiselleştirilmiş içerikler sunarak daha yüksek etkileşim ve katılım elde edebilirler.

Ancak tüketici verilerinin toplanması ve analiz edilmesi noktasında gizlilik endişeleri ortaya çıkmıştır. Tüketicilerin verileri izinleri olmadan kullanıldığında veya manipüle edildiğinde, güven kaybı ve itibar sorunları ortaya çıkabilir.

Yapay zeka destekli pazarlama iletişimde etik konuları göz önünde bulundurmak için aşağıdaki adımlar izlenebilir:

- a- Veri Gizliliği ve Güvenliği:** Yapay zeka, büyük veri setlerini kullanarak kullanıcılar hakkında bilgiler elde eder. Bu verilerin gizliliği ve güvenliği önemlidir. Pazarlamacılar, kullanıcılardan toplanan verileri gizli tutmalı ve güvenlik önlemleriyle korumalıdır. Pazarlama iletişiminde yapay zeka kullanımıyla ilgili etik endişelerin üstesinden gelmek için şeffaflık ve veri gizliliği önemlidir. İşletmeler, tüketicilere hangi verilerin nasıl kullanılacağı konusunda net bilgi vermeli ve gizlilik politikalarını açıkça ifade etmelidir (Acquisti et al., 2016). Ayrıca, veri toplama ve analizi süreçlerinde uygun güvenlik önlemleri alınmalıdır.
- b- Şeffaflık ve Açıklanabilirlik:** Yapay zeka algoritmaları, karmaşık ve anlaşılması zor olabilir. Pazarlama iletişiminde kullanılan yapay zeka modelleri ve algoritmaları mümkün olduğunca şeffaf ve anlaşılır bir şekilde açıklanmalıdır.
- c- Tüketici İsteklerine Saygı:** Yapay zeka destekli pazarlama iletişimi, kişiselleştirme ve öneri sistemleri aracılığıyla tüketici davranışlarını analiz eder. Ancak, kullanıcıların isteklerine, tercihlerine ve mahremiyetlerine saygı göstermek önemlidir.
- d- Eşitlik ve Adil Kullanım:** Yapay zeka algoritmaları, kullanıcıları segmentlere ayırarak belirli hedef kitlelere yönelik iletişimler sunabilir. Ancak, bu segmentasyon ve hedefleme yöntemlerinin etik ve adil olması gerekmektedir. Yapay zeka, pazarlama iletişiminde kişiselleştirme fırsatları sunarken, önyargı sorununu da beraberinde getirebilir. Algoritmalar, tüketici davranışlarını analiz ederek öngörülerde bulunsa da bu analizlerde önyargılar da yer alabilir (Dwivedi et al., 2020). Bu nedenle işletmeler, algoritmaların önyargısız ve adil sonuçlar üretebilmeleri için sürekli izlemeleri ve düzenlemeleri gereklidir.
- e- İnsan Odaklı Yaklaşım:** Yapay zeka destekli pazarlama iletişimi, insan ihtiyaçlarını karşılamak ve değer sunmak amacıyla kullanılmalıdır. Teknoloji, insana hizmet etmeli ve insanların refahını artırmak için kullanılmalıdır (Shi, Wang & Fang, 2020).

Yapay zeka destekli pazarlama iletişiminde etik konularını gözetmek, markaların tüketicilerle güvenilir ve uzun süreli ilişkiler kurmasına yardımcı olabilir (Chaffey, 2019). Etik değerleri benimsemek, kullanıcıların güvenini kazanmak, marka itibarını artırmak ve sürdürülebilir bir başarı elde etmek için önemlidir.

SONUÇ

Bu kitap bölümü, dijital dönüşümün iletişim ve pazarlama stratejileri üzerindeki etkilerini incelemiş ve yapay zeka destekli yaklaşımların nasıl kullanılabileceğini ele almıştır. Günümüzün hızla değişen iş dünyasında, dijital dönüşümün önemi giderek artmaktadır. Bu süreç, işletmelerin pazarlama ve iletişim stratejilerini yeniden değerlendirmesini ve yeni yaklaşımlar geliştirmesini gerektirmektedir.

Kitap bölümünün başında, dijital dönüşümün ne anlama geldiği ve neden bu kadar önemli olduğu tartışılmıştır. Teknolojik gelişmeler ve tüketici davranışındaki değişiklikler, işletmelerin iletişim ve pazarlama yaklaşımlarını adapte etmelerini zorunlu kılmaktadır. Yapay zeka, bu dönüşümün temel bir unsuru haline gelmiş, veri analizi, kişiselleştirme, içerik üretimi ve hatta duygusal analitik gibi alanlarda işletmelere yeni imkanlar sunmuştur.

Pazarlamanın geleceği, dijital dönüşümün merkezinde yer almaktadır. Bu bölümde, hedef kitle analizi, içerik üretimi, yapay zeka ve iletişimdeki evriliş gibi konular ele alınmıştır. İşletmeler, tüketicilerin ihtiyaçlarına daha iyi yanıt vermek ve kişiselleştirilmiş deneyimler sunmak için bu kavramları anlamalı ve etkin bir şekilde kullanmalıdır.

Ayrıca, yapay zekanın pazarlama ve iletişim alanında nasıl kullanılabileceği de detaylı bir şekilde incelenmiştir. Yapay zeka, veri analizi ve tahminlerde büyük bir potansiyel taşımaktadır. Ancak, etik konular da göz ardı edilmemelidir. Tüketici gizliliği ve veri güvenliği gibi konular, yapay zeka destekli stratejilerin uygulanmasında dikkate alınması gereken önemli hususlardır.

Sonuç olarak, bu kitap bölümü, dijital dönüşümün iletişim ve pazarlama stratejilerine nasıl şekil verdiğini ve yapay zeka gibi yeni teknolojilerin nasıl kullanılabileceğini detaylı bir şekilde ele almıştır. İşletmelerin bu değişimlere ayak uydurabilmek için esnek olmaları, veriye dayalı kararlar almaları ve sürekli olarak gelişen teknolojiyi takip etmeleri gerekmektedir. Bu şekilde, işletmeler rekabet avantajı elde edebilir ve dijital dönüşümün getirdiği fırsatlardan en iyi şekilde yararlanabilirler.

REFERANSLAR

- Acquisti, A., Brandimarte, L., & Loewenstein, G. (2015). Privacy and human behavior in the age of information. *Science*, 347(6221), 509-514.
- Ak, D. (2019). *Pazarlama alanındaki uluslararası akademik dergilerin metin madenciliği yöntemi ile değerlendirilmesi* (Yayımlanmamış doktora tezi), Sakarya Üniversitesi.
- Berman, S. J., & Marshall, A. (2006). The Drivers and Implications of Business-to-Business E-Commerce for US Manufacturing Firms. *European Management Journal*, 24(6), 422-432.
- Bharadwaj, A., El Sawy, O. A., Pavlou, P. A., & Venkatraman, N. (2013). Digital business strategy: toward a next generation of insights. *MIS Q* 37 (2): 471-482.
- Chaffey, D. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation, and Practice*. Pearson UK.
- Chatfield, C., & Xing, H. (2019). *The analysis of time series: an introduction with R*. CRC press.
- Çakmak, F. (2022). *Toplumsal Problemler sosyolojisi içinde "Dezenformasyon"*. (Ed.: Mehmet Cem Şahin, Salih Aydemir). Sonçağ Akademi: Ankara.
- Dahlen, M., Lange, F., & Smith, T. (2009). *Marketing communications: A brand narrative approach*. John Wiley & Sons.
- Davenport, T. H., Harris, J. G., & Morison, R. (2010). *Analytics at work: Smarter decisions, better results*. Harvard Business Press.
- Davenport, T. H. (2018). *The AI advantage: How to put the artificial intelligence revolution to work*. mit Press.
- Deng, L., & Li, X. (2013). Machine learning paradigms for speech recognition: An overview. *IEEE Transactions on Audio, Speech, and Language Processing*, 21(5), 1060-1089.
- Dwivedi, Y. K., Hughes, L., Ismagilova, E., Aarts, G., Coombs, C., Crick, T., ... & Williams, M. D. (2021). Artificial Intelligence (AI): Multidisciplinary perspectives on emerging challenges, opportunities, and agenda for research, practice and policy. *International Journal of Information Management*, 57, 101994.
- Huang, M. H., & Rust, R. T. (2018). Artificial intelligence in service. *Journal of Service Research*, 21(2), 155-172.
- Johnson, M. W., Christensen, C. M., & Kagermann, H. (2008). Reinventing your business model. *Harvard business review*, 86(12), 50-59.
- Jurafsky, D., & Martin, J. H. (2019). *Speech and Language Processing*. Pearson Prentice Hall.

- Kannan, P. K. (2017). Digital marketing: A framework, review and research agenda. *International journal of research in marketing*, 34(1), 22-45.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business horizons*, 53(1), 59-68.
- Khan, SF, Rehman, S., Khan, MK ve Khan, MA (2016). Cinsiyet ve uyruğun tüketicilerin e-posta pazarlamasına yönelik algıları üzerindeki etkisi: Umman'da bir keşif çalışması. *Uluslararası Uygulamalı İşletme ve Ekonomik Araştırma Dergisi* , 14 (1), 457-464.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2016). *Marketing 4.0: moving from Traditional to Digital*. John Wiley & Sons.
- Kou, F., Du, J., He, Y. ve Ye, L. (2016). Anlamsal analiz ve öğrenmeye dayalı sosyal ağ araması. *İstihbarat teknolojisine ilişkin CAAI işlemleri* , 1 (4), 293-302.
- Li, C. (2010). Groundswell. Winning in a world transformed by social technologies. *Strategic Direction*, 26(8).
- Merisavo, M., & Raulas, M. (2004). The impact of e-mail marketing on brand loyalty. *Journal of Product & Brand Management*, 13(7), 498-505.
- moz.com. (2021). Retrieved from <https://moz.com/learn/seo/what-is-seo>
- Nguyen, Q. (2019). Digital marketing analytics guide for the business of an online influencer. Case: Lavendaire, US.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., & Smith, A. (2015). *Value proposition design: How to create products and services customers want* (Vol. 2). John Wiley & Sons.
- Qualman, E. (2012). *Socialnomics: How social media transforms the way we live and do business*. John Wiley & Sons.
- Pennington, J., Socher, R., & Manning, C. D. (2014, October). Glove: Global vectors for word representation. In *Proceedings of the 2014 conference on empirical methods in natural language processing (EMNLP)* (pp. 1532-1543).
- Scott, D. M. (2008). *Pazarlamanın ve İletişimin Yeni Kuralları* (N. Özata, Çev.). İstanbul: Mediacat yayınları.
- Shi, Z. R., Wang, C., & Fang, F. (2020). Artificial intelligence for social good: A survey. *arXiv preprint arXiv:2001.01818*.
- Tiago, M. T. P. M. B., & Veríssimo, J. M. C. (2014). Digital marketing and social media: Why bother?. *Business horizons*, 57(6), 703-708.
- Timsah Ajans (2022) "Affiliate Marketing Nedir, Nasıl Yapılır" <https://www.timsahajans.com.tr/affiliate-marketing-nedir-nasil-yapilir/> Erişim,26 Agustos 2023.

- Veile, J. W., Kiel, D., Müller, J. M., & Voigt, K. I. (2020). Lessons learned from Industry 4.0 implementation in the German manufacturing industry. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 31(5), 977-997.
- Verhoef, P. C., Kannan, P. K., & Inman, J. J. (2015). From multi-channel retailing to omni-channel retailing: introduction to the special issue on multi-channel retailing. *Journal of retailing*, 91(2), 174-181.
- Westerman, G., Bonnet, D., & McAfee, A. (2014). The nine elements of digital transformation. *MIT Sloan Management Review*, 55(3), 1-6.
- Yurdakul, N. B. ve Bat, M. (2011). Şirketler için rekabette sanal farkındalık: Arama motoru pazarlaması. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Electronica Dergisi, 1(1), 44-60
- Zimmer, M. (2020). "But the data is already public": on the ethics of research in Facebook. In *The ethics of information technologies* (pp. 229-241). Routledge.

101. Bölüm

Türk Medyasında Yapay Zekâ Destekli Robot Gazeteciliğine Dair İlkler

İkram ALPSOY¹

¹ Öğr. Gör. Dr., Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi, Meslek Yüksekokulu,
ialpsoy@agri.edu.tr, ORCID:0000-0001-6798-5180.

ÖZ

Tarihte meydana gelen önemli olaylardan biri olarak kabul edilen yapay zekâ destekli robot teknolojisinin ekonomi, siyaset, sanat, eğitim, medya vb. birçok alandaki görünürlüğü ve kullanım alanı yaygınlığı son yıllarda hızla artmaya başlamıştır. İletişim alanında her geçen gün ortaya çıkan yeni teknolojik gelişmelerin medya araçlarında pratikte artmaya başlayan kullanımıyla birlikte habercilikte içerik ve şekilsellik bakımından değişim ve dönüşüm de kaçınılmaz olmuştur. Bu çalışmanın konusu olan yapay zekâ destekli teknolojiler de gazeteciliği etkileyerek haberlere dair bilgilerin toplanması, yazılması ve dağıtılmasında yeniliklerin oluşmasını sağlamışlardır. Bu çalışmada, dünyada son yıllarda artış gösteren yapay zekâ destekli gazeteciliğin yaklaşık 300 yıllık bir geleneği olan Türk mediasındaki ilk örnekleri ele alınmıştır. Bu kapsamda 2018-2023 yılları arasında Türk medya organlarında robot gazeteci tarafından yazılan ilk haber, ilk robot spiker ve muhabir ile ilk robot köşe yazarı ile ilgili haberler nitel yönelimli içerik analizine göre değerlendirmeye tabi tutulmuştur. Sonuç olarak dünyadaki ilk örneklerinden yalnızca dört yıl sonra Türk mediasında da robot gazetecilerin varlığını göstermeye başladığı saptanmıştır.

GİRİŞ

İnsanoğlunun tarihsel yolculuğunda teknoloji alanında meydana gelen ilerlemeler toplumsal yapıyı, iktisadi hayatı, politikayı, kültürü, sporu vb. farklı biçimlerde etkilemiştir. İnsanların bulunduğu hemen her alanda belirli oranlarda etki yapan dijital gelişmeler, toplum yaşamındaki değişim ve dönüşümüne etki etmiştir. Bu gelişmelerden varlığını teknolojiden alan medya sektörü de etkilenmiştir.

1950’li yıllarda Amerika Birleşik Devletleri’ndeki başkanlık seçimlerinde kullanılan bilgisayarda yapılan ve Bilgisayar Destekli Gazetecilik olarak isimlendirilen modelle, seçimlere dair tahmin ve analizler erken geri bildirim sistemiyle yapılmış (Çavuş, 2021: 51), 1990’lı yılların ikinci yarısından itibaren artış gösteren veri gazeteciliği ile robot gazeteciliğinin temeli bu modelle atılmıştır. Söz konusu modelde ilerleyen dönemde yaşanan dönüşümle birlikte dataların toplanması, işlenmesi ve hedefkitle ile paylaşılması sürecinde kullanılan veri analiz programlarının işlemleyici özelliklerinin geliştirilmesi dijital gazeteciliğin önünü açmıştır. Dahlgren’e (1996) göre, dijital gazetecilikle birlikte yaşanan değişimin yeni medya mantığını anlamlandırmada şu maddeler önem arz etmektedir:

- “Erişilebilir mevcut enformasyon miktarında artış
- Gazetecilik ve gazetecilik dışı ayrımının bulanıklaşması
- Gazetecilerin profesyonel kimliği ve profesyonel kültürü olarak meslek pratiklerindeki heterojenleşmedeki artış
- Kitle iletişimde kendi kendine göndergesel sembolik dünyada yükseliş
- Geleneksel kitle iletişim araçlarını okuyan kitlede yaygın bir dönüş” (s. 62-63).

Geleneksel gazetecilikten dijital gazeteciliğe geçişle devam eden teknolojik gelişmeye dayalı süreç, Massachusetts Teknoloji Enstitüsü’nden (MIT) Edward Fredki’nin kainatın oluşması ve hayatın başlaması ile birlikte tarihte meydana gelen üç büyük olay arasında saydığı yapay zekâ (Pirim, 2006: 82) teknolojisinin medya araçlarında pratikte artmaya başlayan kullanımıyla, içerik ve şekilsellik bakımından değişim ve dönüşüm de kaçınılmaz olmuştur.

Microsoft’un teşebbüslerinin beraberinde getirdiği yapay zekâ gazetecilerin görünürlüğünün son dönemlerde artmaya başlaması, bu konunun medya dünyasının yanı sıra alanyazında da farklı boyutlarıyla irdelenmesini gerekli kılmıştır.

Bu çalışmada, teknolojik bir aygıt olmanın yanı sıra sosyo-kültürel yapı üzerinde etki ve yönlendirme gücü olan medyada yapay zekâ teknolojisi kapsamında ortaya çıkan yenilikler, Türk medyasındaki ilk yapay zekâ uygulamaları üzerinden incelenme çalışılmıştır. Medya olgusu kavramsal olarak ele alınmış, yapay zekâ teknolojisi açıklanmaya çalışılmış, son olarak Türk medyasında yapay zekâ tarafından yazılan ilk haber, ilk yapay zekâ spiker ve muhabirler, ilk yapay zekâ köşe yazarı ile alakalı haberler içerik analiz yöntemi kullanılarak değerlendirilmiştir.

KAVRAMSAL OLARAK MEDYA

Tarihin ilk dönemlerinde bugüne kadar başlangıçta yaşadıkları coğrafyadan sonrasında ise tüm dünyadan haberdar olmak isteyen insanlar, bilgi edinme kaynağı olarak (Kovach ve Rosenstiel, 2007) Latince “*medium*” sözcüğünün çoğulu “*media*” sözcüğünden gelen medyadan (Soysal, 1999: 13) yararlanmışlardır.

16’ncı Yüzyılda İtalya’da para birimi olarak kullanılan Gazetta kelimesinden ismini alan gazetenin temelini oluşturduğu medya organları arasına ilerleyen süreçte dergi, radyo, sinema, televizyon vb. dahil olmuş (Toruk, 2008), teknolojiye zaman içerisinde yaşanan gelişmelere bağlı olarak bilgisayarın 1946 yılında, internetin kullanım aşamasında önemli rol oynayan ARANET’in (1969) iletişim altyapısına girmesiyle medyanın etki alanı da genişlemiştir (Zengin, 2000).

Kullanım ve etki alanı zaman içerisinde artan, verilen iletilerle siyasi, toplumsal, iktisadi ve kültürel yapıyı etkileyebilen (Zengin, 2000), bireylerin zihin dünyasında olgu izlenimleri oluşturan, kişi ile toplulukların hayatlarını şekillendirme becerisine sahip olan medya, sosyal dokudaki vakaların mütercimi ve pazarlayıcısı olarak önemli bir tesir ve mesuliyete sahiptir (Zhu ve Blood, 2006: 1, 3).

Bu nedenle çok yönlü bir yükümlülüğü bünyesinde barından medya, demokrasiye toplumsal vazifesini ifa ederek katkı sağlamakta, insanların zihin dünyalarına çeşitli açılardan etki edici bir ortam oluşturmaktadır. Kamuoyunun etkileşim yapısı içerisinde kendine has bir yapıya sahip olan medya, sosyal fonksiyonunun haricinde eğitim, reklam, duyuru, eğlendirme, kamuoyu oluşturma, meşgul etme vb. psiko-sosyal işlevler de üstlenmiştir (Yapar, 1997; Bingöl, 2023; Sarıgül, 2023).

Fromm’a (2015) göre, “İletişim araçları kurulu düzenin parçalarıdır ama alıcıya gereksinimleri vardır, dolayısıyla basın, haberleri yayımlamak durumunda olduğu gibi insanları çekecek yeni fikirleri de yayımlamak

durumundadır, buna gereksinmesi vardır; ayrıca, yeni haber ve tartışma kaynaklarından gelen rekabeti de dikkate almak zorundadır.”

İnternetin kullanımı ile birlikte bilgiye erişim ve paylaşım kolay hale gelmiş, zaman içerisinde görsel ve yazılı medyaya oranla daha az maliyetli olan internet medyasının/gazeteciliğinin yaygınlaşması sonrası son yıllarda yapay zekâ, medya yapısı içerisinde kendine yer bulmaya başlamıştır.

YAPAY ZEKÂ

Yapay zekâ, “Makinelerin kendilerine verilen görevleri nasıl başaracağına dair, insanlardan yardım almadan, kendi kendilerine performanslarını geliştirmesi” (Blumenthal, 2017) olarak tanımlanmaktadır.

İngilizce “Artificial intelligence” kelimelerinin kısaltması “AI” şeklinde yazılan yapay zekâ, bilgisayarlar yardımıyla anlamaya çalıştığı (McCarthy, 1998) insan aklını taklit ederek elde ettiği verilerle aşamalı olarak kendisini geliştirmek suretiyle belirlenen görevleri yerine getiren sistem ya da makineler anlamına gelmektedir (Uzun, 2020).

2. Dünya Savaşı sonrası teknolojiye yaşanan gelişmelere bağlı olarak doğal unsurlar ile makinelerin birlikte işleyiş sergilediği bir sistemi anlamlandırma çabasının sonucu ortaya çıkan (Council of Europe, 2020) yapay zekâ ile ilgili ilk düşüncüyü ‘Akıllı Makineler’ (1948 yılında yayımlandı) makalesinde ortaya koyan Alan Turing, insanlara has özellikler olan duyma, görme, konuşma, koşma vb. hareketleri taklit edebilecek makinelerin zamanla üretilebileceğini ifade etmiştir (Copeland, 2004: 2). Bilimsel çalışmalara ilk olarak 1956 yılında konu edilen yapay zekânın temelini Yunan Mitolojisi, Çin, Mısır vb. birçok eski kültürde nesilden nesle aktarılan öykülere kadar uzandığı kimi kesimlerce ileri sürülmektedir (Nahodil ve Vitku, 2013).

Dijital bilgisayarların ya da bilgisayarlar tarafından kontrol edilen robotların ortak görevlerini akıllı varlıkla gerçekleştirme yeteneği olan yapay zekâ (Mccarthy vd., 2006) kavramı ilk kez bu tarihte kullanılmıştır. Amerika Birleşik Devletleri’nin New Hampshire eyaletinde yer alan Dartmouth Koleji’nin duvarında asılı bulunan plakette, şu ifadeler yer almaktadır (Dick, 2019):

"Bu binada 1956 yazında John McCarthy (Dartmouth College), Marvin L. Minsky (MIT), Nathaniel Rochester (IBM) ve Claude Shannon (Bell Laboratories) yapay zekâ üzerine Dartmouth Yaz Araştırma Projesini yürüttü. "Yapay Zekâ" terimi ilk defa kullanıldı. "Yapay zekânın bir araştırma disiplini olarak kurulması, 'öğrenmenin her yönü veya zekânın başka bir özelliği prensipte o kadar kesin bir şekilde tanımlanabilir ki, onu simule

etmek için bir makine yapılabilir.’ varsayımına dayanılarak ilerler’’

İnsanın bilişsel yeteneklerini taklit etmeyi amaçlayan bir dizi bilim, teori ve tekniği bünyesine alan 70 yıllık bir disiplin olan yapay zekânın günümüzde ne kadar önemli bir olgu olduğunu Massachusetts Teknoloji Enstitüsü’nden (MIT) Edward Fredki’nin *“Tarihte üç büyük olay olmuştur. Bunlardan ilki kâinatın oluşumu, ikincisi yaşamın başlangıcının olması, üçüncüsü ise yapay zekânın ortaya çıkışıdır”* (Pirim, 2006: 82) ifadesi ile insanlık tarihinde ne kadar önemli bir rol oynamaya başladığı ortaya konulmaktadır.

Suni nesnelerdeki algılama, akıl yürütme, öğrenme, iletişim kurma ve karmaşık ortamlarda hareket etmeyi içeren akıllı davranışlarla ilgili olan ve insanlar kadar iyi ya da daha da iyi olabilen makineler geliştirmeyi hedefleyen yapay zekânın (Nilsson, 1998: 1) çeşitli alanların yanı sıra medyada kullanımının yaygınlaşmaya başlaması sektörü dönüştürmeye başlamıştır.

Algoritmik, otomatikleştirilmiş, hesaplamalı ya da yapay zekâ gazeteciliği şeklinde tanımlanan robot gazetecilik, haberlere dair verilerin algoritmalar yardımıyla elde edildiği, işleme tabi tutulduğu ve yayımlandığı bilgisayar ve yazılım temelli gazetecilik türü şeklinde ifade edilmektedir (Hamilton ve Turner, 2009; Montal ve Reich, 2017). Bu yeni medya/gazetecilik türü kısa süre içerisinde medya alanında kendine yer bulurken, bu alanda görev yapan gazetecilerin yanına robot gazeteciler de eklenmeye başlamıştır.

TÜRK MEDYASINDA YAPAY ZEKÂ DESTEKLİ ROBOT GAZETECİLİĞİN İLK ÖRNEKLERİ YÖNTEM

Bu çalışmada, 228 yıllık bir basın geçmişine sahip olan Türk medyasında yapay zekâ tarafından yazılan ilk haber, ilk yapay zekâ spiker ve muhabirler, ilk yapay zekâ köşe yazarı ile ilgili yapılan haberler, içerik analiz yöntemi kullanılarak incelenmiştir. Haber metinlerinde yer alan verilerin değerlendirilmesi sonucu elde edilen dataların işleme tabi tutulduğu araştırma yöntemi olan içerik analizine (Yıldırım, 2015; Seyrek, 2023) göre yapay zekâ teknolojisine dair ilklerin konu edildiği haber metinleri değerlendirmeye tabi tutulmuştur. Çalışmada, 2018-2023 yılları arasında Türk medya organlarında yayınlanan haberler ele alınarak değerlendirilmiştir.

BULGULAR

1. Yapay Zekâ Destekli Robot Gazeteci Tarafından Yazılan İlk Haber

Tarihi çok eskilere dayanan gazetelerin ilk örneklerini 1513'den itibaren İngiltere'de baskısı yapılan ve günümüzdeki manasıyla ortaya çıkan haber kitaplarında görmek mümkündür. İlk gazetelerden 282 yıl sonra Osmanlı Devleti'nde yayımlanan ilk gazete Latin harfleriyle Fransızca olarak çıkan ve kısa ömürlü olan Bulletin des Nouvelles (1795) olurken, Takvim-i Vakayi (1831) de Türkçe yayımlanan ilk gazete olmuştur (Gezgin, 2003; Gevgilili, 1990; Girgin, 2009).

İlk gazetenin yayımlanmasından 228 yıl sonra Türk medyasında Şalom Gazetesi'nde (1947) yapay zekâ tarafından yazılan ilk haber, 20 Haziran 2018 tarihinde “*Türk basın tarihinde bir ilk: Yapay zekâ tarafından yazılan ilk haber*” başlığıyla okurla buluştu (Şalom.com, 2018).

Tablo 1: Şalom Gazetesinde Yapay Zekâya Sahip Robot Tarafından Yapılan İlk Haber



Kaynak: <https://www.salom.com.tr/arsiv/haber/107175/turk-basin-tarihinde-bir-ilk-yapay-zekâ-tarafından-yazılan-ilk-haber>

Gazetenin internet haber portalında Ekonomi sayfasında yer alan haberde, “*Space economics*” (Uzay ekonomisi) başlıklı 162 kelimelik metnin yapay zekâ tarafından Articulo.com sitesinde İngilizce olarak oluşturulduğu belirtilmektedir. Türk basın tarihinde ilk olan haberde yapay zekâ tarafından yazılan metin, İngilizce ve Türkçe olarak yayınlanmıştır.

“Is manned space exploration worth the cost? Why or why not? Logsdon on a not-so-obvious incentive for manned space travel: “Space exploration can also serve as a stimulus for children to enter the fields of science and engineering”. Vernikos on the R.O.I. of space travel: “Economic, scientific and technological returns of space exploration have far exceeded the investment. Cowing on space expenditures relative to other costs: “Right now, all of America’s human space flight programs cost around \$7 billion a year. That is pennies per person each day. And so on”. The debate about the relative merits of exploring space with humans and robots is as old as the space program itself. There are five arguments that are advanced in any discussion about the utility of space exploration and the roles of humans and robots. Space exploration will eventually allow us to establish a human civilization on another world as a hedge against the type of catastrophe that wiped out the dinosaurs.”

“İnsanlı uzay keşif bedeli bedel mi? Neden ya da neden olmasın? insanlı uzay seyahati için bir değil çok da belirgin bir teşvik üzerinde Logsdon: “Çocukların bilim ve mühendislik alanlarını girmek için Uzay araştırmaları aynı zamanda bir uyarıcı olarak hizmet verebilir”. R.O.I.’deki Vernikos. Uzay yolculuğunun: Şu anda, Amerika’nın insan uzay uçuşu programlarının her yerinde 7 milyar \$ maliyeti yılda: “Ekonomik, uzay keşif bilimsel ve teknolojik döner uzakta diğer masraflara göre uzay harcamalarında yatırım Cowing aştınız”. Bu, her gün kişi başına pennies. Ve böyle devam”. İnsanlar ve robotlar ile uzay keşfetme göreceli yararları hakkında tartışma uzay programı kendisi kadar eskidir. Uzay keşif programı ve insan ve robotların rolleri hakkında herhangi bir tartışma ileri düzeydedir beş argümanlar vardır Uzay araştırması nihayetinde dinazorları yok eden felaket türüne karşı bir başka dünya üzerinde bir insan uygarlığı kurmamızı sağlayacaktır.” (Şalom.com, 2018).

Yapay zekâ konulu haberlerin yer aldığı Türk medyasında yapay zekâ tarafından yazılan ilk haberde insanoğlunun uzayla ilgili çalışmaları ele alınmış, verilen anahtar kelimeler üzerinde yapılan çalışma sonucu üç dakika içerisinde benzerlik oranı sıfır olacak biçimde bilgiler metne dönüştürülmüştür. Google Translate’de Türkçe’ye çevrilen herhangi bir düzeltme yapılmadan yayınlanan metinle ilgili bilgilerin yer aldığı haberde, *“Henüz metinler akıcı ve sıfır hatalı*

çeviri değil ama çok yakında sadece basın değil, akademik dünya, kitap yazarlığı gibi birçok alan değişecek.” ifadesi ile yapay zekâ teknolojisindeki gelişmenin medyanın yanı sıra yazılı eser üreten alanlarda değişikliklere yol açacağı tespitinde bulunulmuştur.

2. İlk Yapay Zekâ Destekli Robot Spiker ve Muhabirler

Türk medyasında yapay zekâ tarafından yazılan ilk haberin ardından bir başka ilk, Anadolu Ajansı tarafından hayata geçirilmiştir. Tarihi, Türkiye Cumhuriyeti ile özdeş olan ve 6 Nisan 1920’de kurulan Anadolu Ajansı, kuruluşundan 103 yıl sonra ilk yapay zekâ spiker ve muhabirlerini kamuoyuna tanıttı.

Tablo 2: İlk Robot Spiker ve Muhabirler Kamuoyuna Tanıtıldı



Kaynak: <https://twitter.com/anadolujansi/status/1665429682701959169>

Son dönemlerde yapay zekâ teknolojisinde yaşanan gelişmeleri kamuoyuyla paylaşan Anadolu Ajansı, bu kez Twitter sosyal medya hesabından 4 Haziran 2023’de kendi robot sunucu ve muhabirlerini tanıttı. Bir dakika 5 saniyelik

haberinin ilk 8 saniyesinde yapay zekâ spiker ile 4 robot muhabir, haberi şu sözlerle izleyicilere aktardı: “*Merhaba ben Anadolu Ajansı’nın ilk haber muhabiriyim. Muhabir arkadaşım Büşra ile hazırladığımız dosya haberle sizi yapay zekâ yolculuğuna çıkartalım.*” (Twitter.com, 2023).

Yapay zekâ teknolojisinden yararlanılan haberde, uzman görüşüne başvurularak yapay zekâ ile insanoğlu arasındaki ilişkinin nasıl olacağı, insanlığın bu teknolojiye uyum süreci konularının ele alındığı görülmektedir.

Böylelikle Türk medyasının ilk haber ajansı olan, Kurtuluş Savaşı’nda hem halkı ülke ve dünyadaki gelişmelerden haberdar eden hem de yurt dışında ulusal mücadeleyi savunarak Türkiye’nin haklı talepleri hususunda kamuoyunu aydınlatan Anadolu Ajansı, iletişim teknolojisinde yaşanan gelişmelere adapte olarak ilk yapay zekâ spiker ve muhabirleri Türk basınına kazandırmıştır.

3. İbrahim Selçuk, Türkiye’nin İlk Yapay Zekâ Destekli Robot Yazarı

Yapay zekâ tarafından yazılan ilk haber ve yapay zekâ spiker ve muhabirden sonra dijital teknoloji alanında Türk medyasında yaşanan üçüncü önemli gelişme ise ilk yapay zekâ köşe yazarı olmuştur.

Tablo 3: İlk Robot Köşe Yazarı Okuyucuyla Buluştu



Kaynak: <https://www.dunya.com/sectorler/teknoloji/iste-dunyanin-ve-turkiyenin-ilk-yapay-zeka-yazari-ibrahim-selcuk-haberi-695574>

Dünya Gazetesi’nde “*İşte DÜNYA’nın ve Türkiye’nin ilk yapay zekâ yazarı: İbrahim Selçuk*” başlığıyla kamuoyuyla paylaşılan haberde, Selçuk’un köşe yazarlığı yapan ilk yapay zekâ robotu olması ön plana çıkarılmıştır.

Haberin spotunda yer alan “*Bugün 7 Haziran 2023... Tarihi bir gün... Çünkü bugün, DÜNYA Gazetesi’nin ve Türkiye’nin ilk yapay zekâ köşe*

yazarının ilk yazısının yayınlandığı gün...” ifadesi ile ilk yazının yayınlanması, “Tarihi” olarak nitelendirilmiştir. 7 Haziran 2023 tarihinde “Önümüzdeki 5 yılda emtia piyasaları evrim geçirecek” başlıklı ilk yazısı Dünya Gazetesi’nde yayınlanan yapay zekâ köşe yazarının kendisine isim olarak İbrahim Selçuk’u seçtiğinin belirtildiği haberde, yapay zekâ köşe yazarı fikrinin gelişim süreci, memleketi, yaşı, yaşamı, eğitimi vb. hususlar hakkında bilgilere yer verilmiştir (Dünya.com, 2023).

Son yazının yayınlandığı 10 Ağustos 2023 tarihi itibarıyla 13 yazı kaleme alan yapay zekâ köşe yazarı Selçuk’un gazetecilikte yeni bir çağın başlangıcını temsil ettiği görülmektedir.

SONUÇ

İnsanlık tarihinde yaşanan olaylara dair bilginin diğer insanlara ya da toplumlara aktarılması daima önemli olmuştur. Gazeteciliğin atası sayılan pişmiş tuğladan yapılan ve duvara asılan tabletlerden haberleri okuyan insanoglu, günümüzde teknolojinin getirdiği kolaylıklarla birlikte dokunmatik ekran aracılığıyla haber içerikli bilgilere erişebilmektedir.

Yakın zamana kadar gazetede ki haberi, süreli yayın anlamında ilk örneklerinin 1600’lü yılların ilk dönemlerinden itibaren görüldüğü gazetelerden haberin üretiminde en önemli aktör olan gazetecilerin kaleminden okuyan insanlar, günümüzde haberleri insan aklını taklit eden teknoloji temelli yapay zekâdan okumaya, dinlemeye başlamıştır.

Osmanlı Devleti’nde başlayan ve Cumhuriyetle devam eden süreçte 282 yıllık basın geçmişine sahip Türkiye’de bulunan medya aygıtları, tüm dünyada her geçen gün etkisi artan algoritma merkezli robotik sistemlere/yapay zekâ teknolojilerine kayıtsız kalamamıştır. 21. Yüzyılın ilk dönemlerinde farklı bir deneyim olan gazetecilerin yazdığı haberlerin internet ortamında okunması tecrübesi, aradan geçen kısa zaman dilimi içerisinde robotik sistemlerin olaylara dair bilgileri derlediği, haberleştirdiği, yayınladığı ve dağıttığı bir yapıya evrilmiştir.

Bu bağlamda, içerisinde bulunduğumuz dijital çağda Türk medyasında robotik gazeteciliğe dair ilk örneklerin 2018 yılında ortaya çıktığı görülmektedir. Şalom Gazetesi’nde “*Türk basın tarihinde bir ilk: Yapay zekâ tarafından yazılan ilk haber*” başlığıyla yayımlanan haberde yapay zekâ tarafından İngilizce ve Türkçe yazılan “*Space economics*” (Uzay ekonomisi) başlıklı 162 kelimelik habere dair bilgilere yer verilmiştir.

Robotik gazetecilik ile ilgili ikinci önemli gelişme, Anadolu Ajansı tarafından 2023’te izleyici ile buluşturulan robot sunucu ve muhabirler olmuştur. Ajansın sosyal medya hesabından yapılan 65 saniyelik yayında robot

spiker, önce kendini ardından da birlikte dosya haber hazırladıkları robot muhabir Büşra'yı tanıtmış, böylelikle Türk basının ilk robot gazetecileri olmuşlardır.

Türk medyasındaki Robotik gazeteciliğe ya da yapay zekâ gazeteciliğine son önemli gelişme ise robot bir köşe yazarı tarafından kaleme alınan ilk köşe yazısının Dünya Gazetesi'nde yayımlanmasıdır. Gazete tarafından tarihi olarak nitelendirilen bu olayda İbrahim Selçuk ismi verilen robot köşe yazarı tarafından yazılan 13 makale, okurların bilgisine sunulmuştur.

Sonuç olarak, dünyada kullanım alanı her geçen gün artan robot gazeteciliğe dair örneklerin, diğer ülkelere kıyasla fazla olmamakla birlikte Türk medyasında kendisine yer bulduğu görülmektedir. 2014'te Los Angeles'ta meydana gelen bir depreme dair haberin Los Angeles Times'ın web sitesinde yer almasının başlangıç kabul edildiği (Carlson, 2015), Çin'de 2016'da ilk insansı robot gazetecinin canlı röportaj yaptığı (NewChinaTV, 2019) robot gazeteciliğinin Türk basınındaki ilk örneklerine 2018'de rastlanması, habercilik alanında yaşanan bu büyük dönüşümün erken dönemde benimsenmesini göstermesi bakımından önemlidir.

KAYNAKÇA

- Anadolu Ajansı ilk yapay zekâlı muhabirlerini tanıttı
<https://www.yenicaggazetesi.com.tr/anadolu-ajansi-ilk-yapay-zekâli-muhabirlerini-tanitti-673056h.htm> Erişim Tarihi: 05.07.2023.
- Bingöl, R. (2023). Özelleştirmenin yazılı basında temsiliyle ilgili haberler. (Editör: Mete Kazaz). *İletişim ve Medya Alanında Uluslararası Araştırmalar XIII* içinde. (s. 101-122). Eğitim Yayınevi.
- Blumenthal, D. (2017). Data Withholding in the Age of Digital Health. *Milbank Quarterly*, 95(1), 15-18. <https://doi.org/10.1111/1468-0009.12239>
- Carlson, M. (2015). The Robotic Reporter. *Digital Journalism*, 3(3), 416-431. <https://doi.org/10.1080/21670811.2014.976412>.
- Copeland, B. J. (2004). Alan Turing 1912–1954 . B. J. Copeland *The Essential Turing: Seminal Writings in Computing, Logic, Philosophy, Artificial Intelligence, and Artificial Life: Plus The Secrets of Enigma* (s. 1-4). Oxford University Press.
- Council of Europe (2020), “History of Artificial Intelligence”. <https://www.coe.int/en/web/artificial-intelligence/history-of-ai> adresinden alındı.
- Çavuş, S. (2020). Gazetecilik ve yapay zekâ. H. Bakırtaş, ve S. Çavuş (Dü) içinde, *Yapay Zekâ Disiplinleri Dönüştürüyor Değişime Hazır mıyız?* (s. 243-264). Ekin Yayınevi.
- Dahlgren, P. (1996). Media Logic in Cyberspace: Repositioning Journalism and its Publics. *Journal of the European Institute for Communication and Culture*, 3(3), 59-72. <https://doi.org/10.1080/13183222.1996.11008632>
- Dick, S. (2019), Artificial Intelligence. *Harvard Data Science Review*, 1/1. <https://doi.org/10.1162/99608f92.92fe150c>
- Fromm, E. (2015). Umut Devrimi: İnsancıllaşmış Bir Teknolojiye Doğru. (Çev. Şemsa Yeğin). Payel Yayınevi.
- Gevgilili, A. (1990). Türkiye’de Yenileşme Düşüncesi, Basın ve Atatürk. *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası*, 39(1-4). Bağlam Yayıncılık.
- Gezgin, S. (2003). Gazeteciliğin ve Türk Yazılı Basınının Kısa Tarihsel Perspektifi (Bölüm 1), *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Hakemli Dergisi*, 18, (11-22).
- Girgin, A. (2009). *Türkiye’de Yerel Basın*. Der Yayınları.
- Hamilton, J. T. ve Turner, F. (2009). Accountability Through Algorithm: Developing the Field of Computational Journalism. *Developing the Field of Computational Journalism*, a Center For Advanced Study, (s. 2).

- İşte DÜNYA'nın ve Türkiye'nin ilk yapay zekâ yazarı: İbrahim Selçuk
<https://www.dunya.com/sektorler/teknoloji/iste-dunyanin-ve-turkiyenin-ilk-yapay-zekâ-yazari-ibrahim-selcuk-haberi-695574> Erişim Tarihi: 05.07.2023.
- Kovach, B. ve Rosentiel, T. (2007). *Gazeteciliğin Esasları*. ODTÜ Yayıncılık.
- Mccarthy, J. (1998). What is Artificial Intelligence?
<http://jmc.stanford.edu/articles/whatisai/whatisai.pdf> Erişim Tarihi: 12.07.2023.
- Mccarthy, J., Minsky, M.L., Rochester, N. ve Shannon, C.E. (2006). *Dartmouth Summer*. 27(4).
- Montal, T. ve Reich, Z. (2017). I, Robot. You, Journalist. Who is the Author? *Digital Journalism*, 5(7), 829-849. doi:10.1080/21670811.2016.1209083
- Nahodil, P. ve Vitku, J. (2013). How to Design an Autonomous Creature Based on Original Artificial Life Approaches. Kelemen, J., Romportl, J., Zackova, E. (Ed.), *Beyond Artificial Intelligence. Topics in Intelligent Engineering and Informatics*, Berlin, Heidelberg: Springer: 161-180. https://doi.org/10.1007/978-3-642-34422-0_11
- New China TV (2019). "Xinhua Unveils World's First Female AI News Anchor", <https://www.youtube.com/watch?v=5iZuffHPDAw>, Erişim Tarihi: 01.08.2023.
- Nilsson, N. J. (1998), *Artificial Intelligence: A New Synthesis*, San Francisco: Morgan Kaufmann Publishers Inc.
- Pirim, H. (2006). Yapay Zekâ. *Journal of Yaşar University*, 1(1), 81-93.
- Sarıgül, A. (2023) Sosyal medya ve örgütsel eylemler. (Editör: Müjdat Avcı ve Ergün Kara). *Birey Örgüt ve Toplum* içinde (s. 15-26). Eğitim Yayınevi.
- Seyrek, E. (2023). Türkiye de işe gömülmüşlük üzerine yapılan araştırmaların içerik analizi. *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (32), 186-208.
- Soysal, M. (1999). Gündem ve medya. *Hürriyet Gazetesi*. 30 Temmuz 1999. s. 13.
- Türk basın tarihinde bir ilk Yapay zekâ tarafından yazılan ilk haber
<https://www.salom.com.tr/arsiv/haber/107175/turk-basin-tarihinde-bir-ilk-yapay-zekâ-tarafından-yazılan-ilk-haber> Erişim Tarihi: 05.07.2023.
- Toruk, İ. (2008). *Gutenberg'den Dijital Çağa Gazetecilik*. Literatürk
- Uzun, T. (2020). Yapay Zekâ ve Sağlık Uygulamaları. *İzmir Katip Çelebi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 3(1), 80-92.
- Yapar, A. (1997). Basında Etik. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 0(4), 15-33.

- Yıldırım, B. (2015). İçerik çözümlemesi yönteminin tarihsel gelişimi uygulama alanları ve aşamaları. (Editör: Besim Yıldırım), *İletişim Araştırmalarında Yöntemler* içinde, Literatürk Yayınları.
- Zengin, A. (2000). Ulusal Gazetelerin Yayın Politikalarının Türkiye Gündemine Etkileri, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İzmir: Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Zhu, J-H. J. ve Blood, D. (2006). Media Agenda-Setting Theory: (Medya Gündem Belirleme Teorisi), Review of a 25 Year Research Tradition <http://sunzi1.lib.hku.hk/hkjo/view/10/1000100.pdf>, Erişim Tarihi: 12.07.2023.

102. Bölüm

Türkiye’de Bakanlık Teşkilâtının Dönüşümü

Mücahit BEKTAŞ¹

¹ PhD., Recep Tayyip Erdogan University, Politics and Public Administration. ORCID: 0000-0002-0404-7768

Özet

Bakanlık örgütleri, modern bürokrasilerin ortaya çıktığı yıllardan bu yana varlıklarını sürdürmektedirler. Türk idare tarihi açısından bakıldığında da bu durum geçerliliğini korumaktadır. Türkiye’de bakanlık örgütlerinin üç-dört asırı bulan idarî geçmişe sahip olduğu görülmektedir. Gerek mutlak monarşi döneminde gerek meşrutî monarşi döneminde gerekse de parlamenter sistemde ve nihayetinde Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sisteminde bakanlıkların büyük oradan teşkilât yapılarını koruyarak günümüze kadar geldiği bilinmektedir. Bu durum, kamu yönetimi disiplindeki idare-siyaset ayrımının somut bir ispatı olarak değerlendirilebilir.

1. Giriş

Toplumsal, siyasî, ekonomik, kültürel, düşünsel, teknolojik vb. açılardan dönüşen bir dünyada, insanların devlet yapılarına yüklemiş oldukları anlamların ya da bir aktör olarak devletin yetki ve sorumluluklarına dair fikirlerinin değiştiği görülmektedir. Literatürdeki pek çok çalışmada da devletlerin, ortaya çıkan bu dönüşüme bağlı olarak daha karmaşık bir yapıya doğru evirildiği savunulmaktadır (Durgun, 2012, s. 228; Eryılmaz, 2007, s. 247; Heywood, 2012, s. 458; Uçman, 2015, s. 63). Daha açık ifadesiyle, bireylerin beklentilerinin ve çağın gereklerinin (özellikle uluslaşma ve devlet sınırlarının belirginleşmesi) bir sonucu olarak; bilhassa iktisadî ve örgütsel bağlamda büyüyen devletin, hizmetlerin aksamaması ve hizmetler arası koordinasyonun sağlanması için merkezi bir örgütlenmenin, yani bakanlık örgütlenmesinin ortaya çıkmasına neden olmuştur (Ortaylı, 2010, s. 482).

Bu doğrultuda, Türkiye coğrafyasında da belirli alanlarda hizmetlerin daha etkin yerine getirilebilmesi adına bakanlıklar kurulmuştur. Merkezi idaredeki bu dönüşümü, İngiltere, Almanya ve Fransa gibi Avrupalı devletlerin, pek çok diğer ülkeden önce hayata geçirmiş olmaları, bu ülkelerin uygulamalarının, bakanlıkların nasıl bir teşkilatlanma yapısına ve işleyişine sahip olması gerektiği konusunda, Türkiye Cumhuriyeti'nin selefi Osmanlı Devleti'ne örnek teşkil etmiştir. Osmanlı Devleti'nden Türkiye Cumhuriyeti'ne miras bırakılan bu bakanlık örgütlenmesi ise toplumsal, kültürel, siyasî, coğrafi ve ekonomik şartlara göre değişerek ve gelişerek günümüze kadar gelmiştir (Eren & Aydın, 2019, s. 41; Koç, 2019, s. 33).

Günümüzde ise 2018 yılında fiilen Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemine geçilmesiyle, yürütmeye radikal bir değişim yaşanmıştır. Yaşanan bu değişimin özünü, yasama-yürütme erkeleri arasında net bir ayırımın yapılması ve yürütme erkinin Cumhurbaşkanının sorumluluğuna verilmesi şeklinde özetlemek mümkündür (Kırıışık & Öztürk, 2020, s. 194). Bu çalışmada da yaşanan bu radikal değişimin bakanlık teşkilâtında meydana getirdiği değişime odaklanılmıştır. Ancak, değişimin doğru değerlendirilebilmesi için, tarihsel süreç içerisinde yaşadığı öncül gelişmelere de yer verilmesi gerekmektedir.

Bu doğrultuda öncelikle, bakanlık sisteminin hem dünyadaki hem de Osmanlı'daki ve Türkiye'deki tarihsel kökenleri üzerinde durulmuş, bakanlıkların nasıl ortaya çıktığı ve geliştiği ele alınmıştır. Bu başlıktaki temel amaç, bakanlık teşkilatlanmasının kuruluş/varoluş felsefesinin anlaşılabilmesine yardımcı olabilmektir. Ardından hâlihazırda uygulanmakta olan bakanlık sisteminin büyük oranda temellendiği 1980-2018 yılları arası dönem incelenmiştir. İncelemede bakanlıkların başkent teşkilatlanmasına, görev, yetki ve sorumluluklar ile bakan ve asları arasındaki yönetsel ilişkiye odaklanılmıştır.

Diğer başlıklara oranla bu başlıkta detaylı bir inceleme yöntemi benimsenmiştir. Bunun nedeni, 2018 sonrası yürütme erkinde meydana gelen değişimin bakanlıkların teşkilât yapısını değil, politika üretme, politikaya karar verme ve politikayı uygulama, yani yürütme yetkisini radikal bir şekilde değiştirmiş olmasıdır. Bu bağlamda, son başlıkta 2018 yılı Cumhurbaşkanlığı seçimiyle uygulanmaya başlanan Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi ile bakanlıkların ve bakanların yaşadığı dönüşüm incelenmiştir. Daha detaylı ifadesiyle, yeni hükümet sisteminin yürütme erkini Cumhurbaşkanı toplamasıyla, daha önce yürütme erkini kullanan aktörlerden biri olan bakanların, yeni sistemde, nasıl bakanlıkların profesyonel üst düzey yöneticileri hâline gelmeleri ve hükümet sistemi içerisindeki konumlarının neler olduğu anlatılmaya çalışılmıştır.

İkinci bölüm başlığında Türkiye Cumhuriyeti devletinde özellikle 1980 sonrası ve günümüz bakanlık teşkilatlanmaları yasal süreçlerle birlikte incelenmiştir. İncelemede bakanlıkların teşkilatlanmalarından görev ve yetkilerine ve yaşamış oldukları değişime yer verilmiştir. Üçüncü başlıkta bölümün esas konusu olan bakan yardımcılığının tarihsel sürecinden bahsedilmiş, girişim ve uygulamaların neler oldukları, hangi gerekçelerle ortaya atıldığı gösterilmiştir.

2. Bakanlığın Tarihsel Kökenleri

Bakanlık sisteminin tarihi söz konusu olduğunda, bunun aynı zamanda parlamenter sistemin de tarihi olduğu söylenmelidir. Dolayısıyla parlamenter sistemin tarihi kökenlerine bakılması yerinde olacaktır. Çünkü parlamenter sistem bakanlıkların zaman içerisinde olgunlaşması neticesinde ortaya çıkmıştır. Sistemin ortaya çıktığı yerin ise İngiltere olması, incelemenin İngiliz tarihinden başlatılmasını zorunlu kılmaktadır.

İngiltere’de 13. yüzyılın başlarında ülkede yaşanan olumsuzluklar, Baronların (toplumdaki ileri gelen yerel yöneticiler) isyan etmesine neden olmuş ve bu isyanın sonucunda da 1215’te İngiliz Kral John ile toprak sahibi asiller (Baronlar) arasında Magna C(h)arta Libertatum-*Büyük Özgürlükler Şartı* imzalanmıştır (Tuzcuoğlu, 1996, ss. 280-281). Monarkın yetkilerini kısıtlayan bu belge, demokratik bir sürecin de başlangıcını oluşturmuştur. Öyle ki açılan bu demokratik fırsat penceresi, ilerleyen yıllarda, günümüz anlamında parlamentonun temellerini oluşturan Baronlar Konseyi’ne (Bilgin, 2015, s. 196) ve daha sonra da Model Parlamento’ya doğru evrilmiş ve pek çok ülke de bu sistemi benimsenmiştir (Asilbay, 2013, s. 251; Fendoğlu, 2010, s. 10; Round, 1915).

18. yüzyılda ise Magna Carta'nın neden olduğu siyasî ve idarî yapı olgunlaşarak, *Kabine Hükümeti* şeklini almış ve Robert Walpole, günümüz başbakanının bir arketipi olan *İlk Bakan* ismiyle yürütme erkinin ortaklarından biri olmuştur (Weller, 2014). Aslında ilk bakanın ya da günümüzdeki kullanımıyla başbakanın ortaya çıkışının en temel nedeni; farklı hizmet alanlarında birden çok bakanlığın olması, bu hizmet alanlarının bazı noktalarda birbirleriyle kesişmesi ve hükümdarla bakanlar arasındaki iletişimin sağlıklı bir şekilde sağlanması gibi gerekçelerle, bakanlıkların koordinasyonun ve kurumsal temsiline bir zorunluluk haline gelmesidir (Lamba, Aktel, Altan, & Kerman, 2014, s. 177).

Anlaşılabileceği gibi bakanlıklar, hükümdarın bir takım yetkilerini kullanmak üzere zamanla oluşmuş kurumlardır. Bakanlıkların, tarihsel oluşumu da düşünüldüğünde, halkın ihtiyaçlarına çözüm üretmek ve hizmet sunmak üzere meydana geldiği yorumu kolayca yapılabilir. Nitekim TBMM'nin (2005, s. 12) bakanlıklarla ilgili “genel idarenin yürütmekle görevli olduğu kamu hizmetleri, bakanlıklar aracılığıyla sağlanır” tanımlaması da bu yorumu doğrulamaktadır.

Türkiye özelinde bakanlık tarihine bakıldığında; bakanlıkların icra ettiği hizmetleri, III. Selim'den önce padişahın nezdinde sunan ‘makamlar’ olsa da günümüz anlamında ayrı bir bakanlık teşkilatı yoktu. Aslında, temel ayırt edici nokta padişahın kamu hizmetlerindeki yeri ve hiyerarşik bir teşkilatlanmanın olup olmadığıdır. Bu anlamda, Türk idare tarihinde günümüze benzer bir bakanlar kurulu uygulamasının, III. Selim ile başladığı söylenebilir. Önceleri padişahın da doğrudan iştirak ettiği ve devlet işlerinin görüldüğü Divan-ı Hümayun, III. Selim'den itibaren gözden düşmüş, Bab-ı Âli ise giderek yönetimdeki etkinliğini artırmıştır (Eryılmaz, 2017; Ortaylı, 2010, ss. 481-483).

III. Selim döneminde kurulan ve bir nevi *hükümet konağı* işlevi gören Bab-ı Âli, II. Mahmut döneminde merkezileşmenin getirdiği iş yüküne paralel olarak nezaretler, yani bakanlıklar şeklinde yeniden örgütlenmiş (Lamba vd., 2014, s. 176) ve günümüz Türkiye'sindeki bakanlıkların ve müsteşarlıkların ilk örneklerini oluşturmuştur. Eryılmaz'ın söylemi ile (2017: 159):

II. Mahmut döneminde, nezaretlerin (bakanlıkların) oluşturulmasıyla, bugünkü anlamda bir hükümet şekline doğru atılmış oldu. Daha önce kurulan Meclis-i Meşveret ve Meclis-i Şura'nın yerini, Meclis-i Has ya da diğer adı ile Meclis-i Vükelâ (Bakanlar Kurulu) almaya başladı. Artık Divan-ı Hümayun ortada yoktur. Meclis-i Has, basit anlamda bir bakanlar kurulu niteliğinde idi.

Yaşanan bu dönüşümler, aynı zamanda modern anlamıyla Türkiye’de bürokrasinin kuruluşunu da temsil etmektedir. Daha açık ifadesiyle, siyasî iradeye (yani padişah ve bakanın politikaları belirleme yönündeki eylemlerinin), merkezîyetçiliğin zorunluluklarıyla beraber icracı teşkilatlar olarak bürokratik irade de bir aktör olarak yerini almıştır (Eryılmaz, 2017; Saylam, 2019, ss. 132-133).

Bakanlar Kurulu ve dolayısıyla bakanlıklar, III. Selim ve II. Mahmut dönemlerinde fiili olarak kurulsun da anayasal zemine, Türk siyasal hayatındaki ilk anayasa olan 1876 Kanun-u Esasi ile kavuşmuştur. Önceki dönem uygulamalarının, anayasal zeminde ifade edilmesi şeklinde olan bu gelişmede, bakanlar kurulu padişah tarafından atanmakta ve ona karşı sorumlu olmaktadır (Koç, 2019, s. 33).

Bu durum 1909 yılında gerçekleşen anayasa değişikliğine kadar bu şekilde devam etmiş, değişikliğin ardından bakanlar kurulu padişaha değil Meclis-i Mebusan’a karşı sorumlu tutulmuştur (Akyıldız, 2003, s. 246; Nohutçu, 2016). Uygulama, siyasal açıdan günümüz uygulamalarından uzak görünse de idarî örgütlenme açısından özellikle günümüze oldukça yakındır. Yani, bakanlar kurulunun siyasî oluşumu ve sorumluluğu, günümüz anlayışından uzakken, bakanlık teşkilat ve yönetiminin günümüz uygulamalarına ve örneklerine yakın olduğu söylenebilir.¹

3. 1982-2018 Yıllarında Türkiye’de Bakanlık Teşkilâtı

Bakanlık teşkilatının esasları, (kabul edildiği tarihten bugüne kadar pek çok ciddi değişikliğe uğrasa da mevcudiyetini koruyan) 1982 Anayasası’nda yer almaktadır. Yani Türkiye bakanlık teşkilatı 1982 Anayasası’nın maddelerine göre örgütlenmiştir. 2018 yılında gerçekleşen hükümet sistemi değişikliğinden önce, başbakan haricinde 21 hizmet bakanlığı bulunmakta ve bu bakanlıkların üst düzey yöneticilerini; bakan, bakan yardımcılar ve müsteşar oluşturmaktaydı (Nacak, 2020, s. 152; Nohutçu, 2016).

Bakanlıklar, idari örgütlenmede merkezi yönetim teşkilatı içerisinde yer almaktadır. Ana birimler başkent Ankara’da yer almakla beraber, kamu hizmetinin gereklerine göre yurtiçi ve dışında da örgütlenebilmeleri mümkündür. Bu örgütlenmeler sırasıyla merkezî yönetimin başkent örgütlenmesi ve merkezi yönetimin taşra örgütlenmesi şeklinde isimlendirilmektedir (Eryılmaz, 2021, s. 143). Ancak, bu çalışmada, yalnızca başkent örgütlenmesi üzerinde durulmuştur.

¹ Osmanlı reform süreçlerinin idari çıktıları, büyük oranda Türkiye Cumhuriyeti tarafından da devam ettirilmiştir. İdari pek çok kurum/kuruluş Osmanlı Devleti’ne dayanmaktadır. Konuyla ilgili detaylı bilgi için: Eryılmaz, B. (2017). *Tanzimat ve Yönetimde Modernleşme* (4. ed.). İstanbul: İşaret Yayınları VE Nohutçu, A. (2016). *Devlet Teşkilatı Hukuku: Anayasal Düzen ve T.C. Devlet Teşkilatı Yapısı (Cilt 1)*. Ankara: Savaş Kitap ve Yayınevi.

Bakanlıkların merkez örgütlenmeleri 2018 yılına kadar, “*hizmetlerin yürütülmesi, amaç ve politikalarının tayini, koordinasyon, gözetim, izleme, idareyi geliştirme ve denetim gibi görevleri yerine getirmek üzere [...] ana hizmet birimleri, danışma ve denetim birimleri ve yardımcı birimler*” olmak üzere işlevsel bakımdan üç ana kategoriye ayrılmakta, ayrıca hiyerarşik olarak da müsteşarlık, genel müdürlük, daire başkanlığı, şube müdürlüğü ve şefliklerden oluşmaktaydı (Bölükbaşı, 2020, s. 57; Eryılmaz, 2015).

Yönetimsel açıdan, yukarıda bahsedilen hiyerarşik yapının, büyük çaplı değişimlere uğramadan Cumhuriyetin ilanından 2018 yılına kadar muhafaza edildiği söylenebilir. Ancak, tarihsel seyir incelendiğinde, siyasî anlamda bakanlıkların büyük değişime uğradığı kolaylıkla söylenebilir (Başbakanlık, 2015). Diğer bir deyişle, formel anlamda bürokratik yapı büyük oranda korunurken, siyasî hiyerarşi ve yetki paylaşımı değişiklik göstermiştir.

Bakanlıkların kurulması, birleşmesi yahut değiştirilmesini etkileyen faktörlerin başında, çağın ortaya çıkardığı yeni şartlarla değişen bireysel, kolektif ve toplumsal ihtiyaçlar gelmektedir. Hizmetlerdeki değişimin yanında, hükümet sistemi/dengesi (parlamentarizm-başkanlık ile koalisyon ve koalisyon ortakları arasındaki ilişki), parti içi dengeler ve diğer siyasî nedenler de (oy devşirme ve seçmen konsolidasyonu gibi) bakanlıkların sayısında ve oluşumunda önemli etkenlerdir (Kayıkcı, 2014, s. 34; Sobacı, Miş, & Köseoğlu, 2018, s. 5).

Bu duruma en güzel örneği, ANASOL-M Hükümeti olarak da isimlendirilen 57. Hükümet döneminde görmek mümkündür. Bu dönemde, 24 olan bakanlık sayısı, 47’ye yükselmiştir (Başbakanlık, 2015). Bu eğilimin yalnızca 57. Hükümetle sınırlı olduğunu söylemek doğru değildir. Türkiye’nin yoğun koalisyon dönemleri olan 1970’lerden itibaren özellikle devlet bakanlıklarının ihdas edildiği görülmüştür (Saylam & Öktem, 2015, s. 10; Lamba vd., 2014, s. 180).

III. Selim’den bugüne zaman zaman kırılmalar-geriye dönüşler olsa da bakanlıkların bürokratik yapısının prosedür/mevzuat merkezlilikten siyasî bir karaktere doğru evrildiği gözlemlenmiştir. Özellikle 1980 askeri müdahalesinden sonra I. ve II. Özal Hükümetleri dönemlerinde, dünyada kamu yönetiminde yaygınlaşan yeni yönetim anlayışına benzer şekilde bakanlıkların daha etkin yapıya kavuşmaya başladığı söylenebilir (Lamba, 2019, s. 237).

İktisadî aktörlerin daha etkin olduğu ve ekonomik enstrümanların daha fazla kullanıldığı bu dönemde siyasetçiler, klasik yönetim anlayışının neden olduğu olumsuzluklara karşı çeşitli çözüm yolları aramıştır. Bu doğrultuda, iktisadî aktörlerle ya doğrudan işbirliği içerisine girilmiş yahut onların talepleri ciddiyletme takip edilmiştir. Bunun yanında popülist uygulamalardan uzak kalınması ve istikrarlı bir yönetim için bakanlıkların yetki alanları yeniden düzenlenmiş ve

bağımsız idari otoritelerin özerklikleri ve sayısı arttırılmıştır (Dik, 2012, ss. 148-151).

Bakanlık teşkilatını yasal zeminde değerlendirmek gerekirse, 2017 yılında değiştirilmeden önceki halinde, 1982 Anayasası'nın 113. maddesi, bakanlıkların kanunla kurulabileceğini belirtmekte, ancak detaylı bir tanımlamaya girmemekteydi. Anayasanın ilgili maddesi gereği bakanlıklar 3046² sayılı Kanuna göre teşkilatlanmıştı. 3046 sayılı Kanun mülga 5. maddesine göre, bakanlıklar başkentte, gerektiği durumlarda ise yurtdışında ve taşrada örgütlenebilmektedirler. Bunun yanında bakanlıkların yürütmekle yükümlü olduğu hizmetlerle alakalı “bağlı (mülga madde 10) ve ilgili (mülga madde 11)” kuruluşlar da bulunmaktadır. Ancak kapsam dışında kaldığında detaylı incelemesi yapılmamıştır.

3046 sayılı Kanunun mülga 15. maddesi “Bakanlık merkez, taşra, yurt dışı teşkilatları ile bağlı ve ilgili kuruluşlarının hiyerarşik kademeleri; hizmetin özelliklerinden kaynaklanan farklılıklar dikkate alınmak kaydıyla aşağıdaki şekilde düzenlenir” ifadesinin ardından bakanlık teşkilatlanmasını şu şekilde sıralamıştır:

a) Bakanlık merkez teşkilatında

1. Müsteşarlık
2. Müsteşarlığa bağlı Genel Müdürlük, Kurul Başkanlığı veya Daire Başkanlığı
3. Genel Müdürlük veya Kurul Başkanlığına bağlı Daire Başkanlığı
4. Şube Müdürlüğü
5. İhtiyaca göre kurulacak şeflik

b) Bağlı kuruluşlarda

1. Genel Müdürlük
2. Daire Başkanlığı
3. Şube Müdürlüğü
4. Şeflik
5. Memurluk

c) İlgili kuruluşlarda özel kanunlarında gösterildiği şekilde düzenlenir.

d) Taşra teşkilatı bölge kuruluşlarında

1. Bölge Müdürlüğü
2. Şube Müdürlüğü veya Başmühendislik
3. Şeflik veya Mühendislik,

² Kanunun adı “Bakanlıkların Kuruluş ve Görev Esasları Hakkında... Kanun” iken, 2018 yılında “Bakan Yardımcılarının Mali Hakları ve Bazı Düzenlemeler Hakkında Kanun” şeklinde değişmiştir. Ancak, anlaşılabacağı üzere değişiklik yalnızca ismi değil, Kanunun tüm muhtevasını da değiştirmiştir. Hatta, Kanunun 19/A ile 21/A maddeleri hariç diğer tüm maddelerinin *mülga* olduğunu belirtmek gerekir. Ancak çalışmada, 2018 yılından önceki hali üzerinden konu işlenmiştir. Detaylı bilgi için: <https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuatmetin/1.5.3046.pdf>

e) Taşra teşkilatı il kuruluşlarında

1. Vali
2. İl Müdürlüğü
3. Şube Müdürlüğü
4. Şeflik,
5. Memurluk

f) Taşra teşkilatı ilçe kuruluşlarında

1. Kaymakam
2. İlçe Müdürlüğü
3. İhtiyaç bulunan ilçelerde Şube Müdürlüğü
4. Şeflik
5. Memurluk

g) Yurt dışı teşkilatında, kamu kurum ve kuruluşlarının Yurt Dışı Teşkilatı

Hakkında Kanun Hükmünde Kararname esaslarına göre düzenlenir.

Bakanlıkların dışında, yukarıdaki hiyerarşik kademelenmede görüldüğü üzere, bağlı ve ilgili kuruluşlar da önemli bir yer tutmaktadır. Mevcut hizmet bakanlıkları ve bunlara bağlı/bunlarla ilgili kuruluşların yanında, eşitler arasın birinci (primus inter pares) bakanlık olan başbakanlığa bağlı veya ilgili kuruluşların sayısı da oldukça fazladır. Bu kuruluşlar, niceliğin yanında, yürüttükleri hizmetlerin niteliği açısından da önemli bir yer tutmaktadır. Yasal zeminin Cumhuriyetin ilk yıllarına denk gelmesine karşın, kamu yönetiminde yaşanan dönüşüme paralel olarak, özellikle 1980 sonrası başbakanlığa bağlı veya ilgili kuruluşların sayısında ciddi artış olmuştur (Bayır, 2016, ss. 32-33; Saylam & Öktem, 2015, s. 11).

Bayır (2016, ss. 153-154), Başbakanlık için hazırladığı “Kamu Örgütlenmesindeki Değişim ve Dönüşüm” adlı raporunda, bakanlıklarda yaşanan dönüşümü şu şekilde değerlendirmektedir:

- 1963 yılında 16 olan Bakanlık sayısı 1976 yılında 22’ye çıkmış olsa da uzun bir süre 15 olarak kalmış; ancak 2011 yılında yapılan düzenlemelerle birlikte bugünkü sayısı olan 21’e ulaşmıştır. Esas olarak tablolarda yer almamakla birlikte, örgütü olmayan devlet bakanlıkları ile mevcut bakanlık sayısı 30’u aşmaktaydı. 2011 yılında yapılan düzenlemeler ile devlet bakanlığı uygulamasının kaldırılması, bazı bakanlıkların kaldırılması/birleştirilmesi ve bağlı/ilgili kuruluşların bir bakanlık çatısı altında birleştirilmesiyle bakanlık sayısının sınırlandırılması örgütsel büyümenin önüne geçilmesi anlamında önemlidir.
- Bağlı kurum sayısına bakıldığında 1963 yılında 72 olan bağlı kurum sayısı 2015 yılı itibarıyla 66’ya düşmüştür. Bağlı kuruluş sayısı 74’e ulaştığı 2003 ve 2004 yılları ise bağlı kurumların en yüksek olduğu yıllardır. 1963 yılında bağlı ve ilgili kurum ayrımı olmadığı dikkate alındığında 1968 yılının

başlangıç olarak kabul edilmesi gerekir ki bu yıldaki bağlı kurum sayısı 36'dır.2015 yılı itibariye bağlı kurum oranı %83,3 artmış göstermiş ve bağlı kurum sayısı 66'ya yükselmiştir. 2011 yılında bazı bağlı kurumların kaldırılmasıyla 61'e düşen bağlı kurum sayısı sonraki yıllarda yeni kurumların kurulmasıyla yükselme seyrine girmiştir.

- 1968 yılında 36 olan ilgili kurum sayısı 2002 ve 2014 yıllarında 51'e çıkmışsa da 2015 yılında 49'a ulaşmıştır. İlgili kurumların kamu iktisadi teşebbüsleri (KİT) olduğu göz önüne alındığında mevcut durumda fazla bir değişimin olmadığı söylenebilir. Ancak sayısal olarak yapılan bu değerlendirme yanıltıcı olmaktadır. Zira özelleştirilen veya kaldırılan KİT'ler yerine yeni kurumlar oluşturulmuştur. Bu kurumlar geçmişte kurulan KİT'lerden farklı olarak daha çok piyasada dengeyi sağlayıcı ve düzenleyici işleve sahip kurumlardır.
- İlişkili kurumlar olarak yer alan düzenleyici ve denetleyici kurullar ise 1980'li yıllardan itibaren Türk kamu yönetiminde yer almaya başlayan kurumlardır. Ancak bu dönemde TODAİE'nin rehberinde 2002 yılından itibaren ilişkili kuruluş olarak gösterilmektedir.2002 yılında 4 olan ilişkili kurum sayısı bu tarihten sonra artış eğilimine girmiştir. 2012 yılında 15'e ulaşmış ve mevcut seyrini korumuştur. Bu noktada 2000'li yıllarla birlikte devletin düzenleyici ve denetleyici işlevlerinin arttığı söylenebilir.
- 1963'te 6 olan yüksek kurul sayısı 1996 yılına kadar inişli ve çıkışlı bir seyir izlemiş ve 2002 yılından itibaren sürekli olarak artış seyri göstermiştir.2015 yılı itibariyle yüksek kurul sayısı 39'dur.Ancak kurul tipi karar alma sürecinin örneği olan yüksek kurullar bu sayı ile sınırlı değildir. Zira bakanlıklar, bağlı ve ilgili kurumlar bünyesinde olan ve yüksek kurul yapısına sahip kurullarda (Vergi Konseyi, Yatırım Danışma Konseyi vb.) bulunmaktadır. Bu tür kurulların eklenmesi halinde ise mevcut kurul sayısının yaklaşık 75'i bulmaktadır. Yüksek kurul sayısındaki bu artış devletin düzenleyici ve denetleyici fonksiyon yüklenmesinin yanı sıra karar alma sürecinde yönetişimci yapıların yer aldığını göstermesi bakımından önem taşımaktadır.

Kısmen, Bayır'ın (2016) bazı noktalarda konu edindiği üzere, bakanlık örgütlenmesinde pek çok değişiklik olmasına karşın, 2018 öncesi dönem için en önemli ve güncel diyebileceğimiz düzenlemeler 2011 yılında çıkarılan 6223³ sayılı Yetki Kanunu ile gerçekleşmiştir. Kanunun 1. maddesi amaç ve kapsamı şekilde ifade etmektedir:

³ 6223 sayılı ve 06.04.2011 tarihli Kamu Hizmetlerinin Düzenli, Etkin ve Verimli Bir Şekilde Yürütülmesini Sağlamak Üzere Kamu Kurum ve Kuruluşlarının Teşkilat, Görev ve Yetkileri İle Kamu Görevlilerine İlişkin Konularda Yetki Kanunu: R Gazete Y. Tarihi 03.05.2011 Sayı: 27923

Kamu hizmetlerinin düzenli, süratli, etkin, verimli ve ekonomik bir şekilde yürütülmesini sağlamak üzere;

a) Kamu hizmetlerinin bakanlıklar arasındaki dağılımının yeniden belirlenerek;

1) Mevcut bakanlıkların birleştirilmesine veya kaldırılmasına, yeni bakanlıklar kurulmasına, anılan bakanlıkların bağlı, ilgili ve ilişkili kuruluşlarıyla hiyerarşik ilişkilerine,

2) Mevcut bağlı, ilgili ve ilişkili kuruluşların bağlılık ve ilgilerinin yeniden belirlenmesine veya bunların mevcut, birleştirilen veya yeni kurulan bakanlıklar bünyesinde hizmet birimi olarak yeniden düzenlenmesine,

3) Mevcut bakanlıklar ile birleştirilen veya yeni kurulan bakanlıkların görev, yetki, teşkilat ve kadrolarının düzenlenmesine, taşrada ve yurt dışında teşkilatlanma esaslarına,

b) Kamu kurum ve kuruluşlarında istihdam edilen memurlar, işçiler, sözleşmeli personel ile diğer kamu görevlilerinin çalışmalarında etkinliği artırmak üzere, bunların atanma, nakil, görevlendirilme, seçilme, terfi, yükselme, görevden alınma ve emekliye sevk edilme usul ve esaslarına,

ilişkin konularda düzenlemelerde bulunmak üzere Bakanlar Kuruluna kanun hükmünde kararname çıkarma yetkisi vermektir.

6223 sayılı Kanunun vermiş olduğu yetki, yukarıda aktarılan ifadelerden de rahatlıkla anlaşılacağı üzere, köklü değişimlere yasal zemin sağlamıştır. Hükümet, Kanunla verilen bu yetki ile onlarca Kanun Hükmünde Kararname çıkarmış ve bakanlıkları yeniden düzenlemiştir. Bu doğrultuda, 5 yeni bakanlık kurularak (Aile ve Sosyal Politikalar, Avrupa Birliği, Ekonomi, Gençlik ve Spor, Kalkınma Bakanlıkları) hizmet bakanlıkları 21'e çıkarılmış, devlet bakanlığı kaldırılmış, bunun yerine başbakan yardımcılarına ağırlık verilmiştir. Ayrıca, daha önce doğrudan başbakana bağlı/ilgili olan kurumlar, ilgili bakanlıklara bağlandığından, başbakana bağlı/ilgili kuruluş sayısı azalmıştır (Dik, 2012, ss. 157-158; Saylam & Öktem, 2015, ss. 11-13). Bunun yanında ek bir değerlendirme olarak yeni kurulan bakanlıkların ve özellikle Avrupa Birliği ile Kalkınma Bakanlıklarının AB-uyum sürecinin bir parçası olduğu görüşü de ifade edilmektedir (Kayıkcı, 2014, ss. 30-31).

6223 sayılı Yetki Kanunu çerçevesinde onlarca Kanun Hükmünde Kararname çıkarılsa da 643 sayılı Kanun Hükmünde Kararname, bakanlık teşkilatlanmasını konu edinen 3046 sayılı Kanunda değişiklik ön görmesi açısından, oldukça önemli bir yer tutmaktadır (Lamba vd., 2014, s. 186). 643 sayılı Kanun Hükmünde Kararnamenin bahsedilen değişikliklerinden en önemlisi ise 3046 sayılı Kanunun bakan yardımcılığını düzenleyen mülga 3. maddesidir. Bu

maddeye göre bakan yardımcısı; doğrudan bakana bağlı ve ona karşı sorumlu olarak, bakanın/bakanlığın sorumluluğuna giren konularda bakana yardımcı olan ve görev süresi atandığı hükümetle sınırlı olan kamu görevlisidir (Aksu, 2017, s. 33; Kayıkcı, 2014, s. 36). Bunun yanında bakan yardımcılığı, özellikle müsteşarın olduğu örgütsel bir yapıda gerekli olmadığı ve iki başlılığa neden olacağı gibi gerekçelerle ciddi eleştirilerin de odağı haline gelmiştir (Nacak, 2020, s. 153).

4. Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sisteminde Bakanlık Teşkilâtı

2017 yılında halkoylamasıyla kabul edilen anayasa değişikliği⁴, yalnızca bakanlık teşkilâtı için değil, yürütme erki ve yürütme erkiyle ilişkisi olan diğer tüm alanlar için de radikal bir değişimin başlangıcı olmuştur. Şöyle ki Türk siyasal hayatında 1876 yılından beri hükümet sistemi olarak uygulanan parlamenter sistem terk edilmiş, Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi ismiyle başkanlık sistemine geçilmiştir. Doğal olarak, bu denli geniş çaplı bir değişimin bakanlıkların yasama ve yürütme erkleriyle olan ilişkilerini de etkilemesi kaçınılmazdır. Fakat bu çalışmanın kapsamı, bakanlıkların siyasî pozisyonları olmadığından yalnızca bakanlık teşkilâtına odaklanılmıştır.

Yeni hükümet sisteminde, yürütme erki Cumhurbaşkanının uhdesinde toplanmış ve hükümet birimleriyle ilgili hemen hemen tüm alanlarda yetkili kılınmıştır. Daha açık ifadesiyle, önceleri bakanlıkların kurulması, kaldırılması ya da birleştirilmesi kanunla düzenleniyorken, bu yetki Cumhurbaşkanına bırakılmış ve Türk hukuk sisteminde *Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi* olgusunu ortaya çıkarmıştır (Kırışık & Öztürk, 2020, ss. 170-171; Yaman & Ünal, 2021, s. 227). Anayasa değişikliği sonrası 2018 yılında ilk Cumhurbaşkanlığı seçimi gerçekleşmiş ve yeni hükümet sisteminin teşkilât yapısını şekillendiren 1 Nolu Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi⁵ yayınlanmıştır (Doğan & Erdoğan, 2021, ss. 14-15; Esen & Kalağan, 2020, s. 264).

Kapsamı ve içeriği oldukça geniş olan Kararnamede bakanlıklar Altıncı Kısımda ele alınmıştır. Kararnamenin 2018 yılındaki ilk halinde 16 bakanlığın görev, yetki ve örgütlenmesi düzenlenirken (Sobacı vd., 2018, s. 5), Çalışma, Sosyal Hizmetler ve Aile Bakanlığı'nın, 2021 yılında *Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı* ile *Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı* şeklinde iki bakanlığa ayrılmasıyla, bakanlık sayısı 17'ye⁶ çıkmıştır. Her bir bakanlığın görev, sorumluluk ve yetkileri ayrı bölümlerde tek tek belirlendikten sonra, tüm

⁴ Anayasa değişikliğinin tam metni için: <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2017/02/20170211-1.htm>

⁵ İlgili Kararnamenin ve diğer mevzuatın güncel hali için: <https://www.mevzuat.gov.tr/>

⁶ Kararnamede düzenlenen bakanlıklar sırasıyla: Adalet; Aile ve Sosyal Hizmetler; Çalışma ve Sosyal Güvenlik; Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği; Dışişleri; Enerji ve Tabii Kaynaklar; Gençlik ve Spor; Hazine ve Maliye; İçişleri; Kültür ve Turizm; Millî Eğitim; Millî Savunma; Sağlık; Sanayi ve Teknoloji; Tarım ve Orman; Ticaret; Ulaştırma ve Altyapı.

bakanlıkları ilgilendiren hükümlere geçilmiştir. Bu çalışmanın kapsamı açısından, esas itibarıyla ortak hükümlerin yer aldığı bu bölüm önemlidir.

Ortak hükümlerin ilkin (madde 503) bakanların tanımı yapılmıştır. Cumhurbaşkanına karşı sorumlu olma ve Cumhurbaşkanının kararlarına uygun olarak bakanlığın amirliğini yapma dışında örgütsel anlamda önemli bir değişiklik göze çarpmamaktadır. Esas değişiklikler, Kararnamenin 504. maddesi yer almıştır. Buna göre teşkilât yapısı açısından en radikal değişiklik, bakanlık hiyerarşiden müsteşarlık makamının kaldırılması, onun yerini bakan yardımcılığının almasıdır. Başkanlık sistemiyle uyumlu olan bu dönüşüm, aynı zamanda eleştirilerin merkezi haline gelen müsteşar-bakan yardımcılığı ikilemini de ortadan kaldırmıştır.

İkilemin kaldırılmasının yanında, bakan yardımcılığının hiyerarşideki konumu netleştirilmiş ve böylece statüsü de güçlendirilmiştir. Bu durum, daha önceki düzenlemede yer almayan (Dik, 2013, s. 126) "...bakanlık teftiş kurulu hariç bakanlık kuruluşlarına gereken emirleri verir ve bunların uygulanmasını gözetir ve sağlar (madde 504)" ifadesinden çok açık bir şekilde anlaşılmaktadır. Özetle, yeni sistemde bakan yardımcılığı, müsteşarlığın yerini almış ve hiyerarşideki konumu güçlendirilmiştir (Bölükbaşı, 2021, s. 297). Bunların dışında, "idarî anlamda", yani örgütlenme açısından bakanlıkların hemen hemen 2011 yılındaki değişikliklere benzer şekilde örgütlendiği, hiyerarşik yapılarını korudukları söylenebilir (Tunç & Güneş, 2021, s. 7).

5. Genel Değerlendirme

Genel bir değerlendirme yapıldığında, Türkiye’de siyasî iktidarların, hükümetlerin ya da iktidar-hükümet ortaklarının; bakanlıkların kurulması, yeniden düzenlenmesi, lağvedilmesi veya başka bir bakanlıkla ya da bakanlıklarla birleştirilmesi gibi, pek çok girişimi olmuştur. Anlatılanlar doğrultusunda söylenebilir ki bu girişimlerin iki temel sebebi bulunmaktadır. Bunlardan birincisi, zamanın gereklerine göre kamu hizmetlerindeki değişim/dönüşüm, ikincisi ise koalisyon ve seçim gibi siyasî gereklerdir. Küresel kamu yönetimi eğilimlerinin Türkiye’de de benimsenmesi ile özellikle 1980’lerden sonra bürokrasinin küçülmesi, sivil ve siyasî paydaşların etkinliğinin artması gibi yönelimlerin, bakanlıkların görev, yetki, sorumluluk ve işlevlerinde önemli dönüşümlere neden olduğu görülmektedir (Uçman, 2015, ss. 193-194).

Ancak bakanlıkların idarî/hiyerarşik yapıları ile yürütme erkindeki konumları arasında bir ayırımın yapılması gerekir. Çünkü, her ne kadar birbirleriyle yakın bir ilişki içerisinde olsalar da yönetsel bir birimin meşrutiyeti ya da yetki, görev ve sorumlulukları ile örgütlenmesi, siyaset-idare/kamu yönetimi ilişkisindeki gibi birbirinden farklı alanlardır. Bu açıdan bakıldığında gerek III. Selim’den gerek

II. Mahmut'tan gerekse de I. Meşrutiyetten bu yana bakanlık teşkilâtmasının yapısı büyük oranda benzerlik göstermektedir. Elbette bakan yardımcılığının tesis edilmesi yahut müsteşarlığın kaldırılması gibi belirgin değişiklikler olsa da bu değişimlerin idarî değil, siyasî değişimler olduğu iddia edilebilir. Çünkü, 2018 yılında müsteşarlık kaldırılrsa da müsteşara ait yetki, görev ve sorumlulukların bakan yardımcısına aktarıldığı görülmektedir. Bu durumu, müsteşarlığa siyasî bir nitelik kazandırılması şeklinde yorumlamak mümkündür.

Özetle, parlamenter sistemden başkanlık sistemine geçişi içeren anayasa değişikliği teklifi üzerinden başlayan ve 140 yıllık “kurumsal hafızanın silinmesi” argümanı etrafında yürütülen tartışmaların, 2018 yılında Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sisteminin fiilen uygulanmaya başlanmasıyla, gerçekliği yansıtmadığı anlaşılmıştır. Çünkü, teklif edilen (daha sonraysa gerçekleşen) anayasa değişikliği, esasında yasama ile yürütme erkleri arasındaki ilişkiyi düzenlemeyi amaçlamaktaydı. Spekülatif tartışmalarda olduğu gibi *devlet sistemini* değiştirmeye dönük bir içeriği olmadığından, idarî yapıyı kökten değiştirecek bir durum ortaya çıkmamıştır. Diğer bir deyişle, anayasa değişikliği, ülkenin üniter yapısını değiştiren bir hüküm içermiş olsaydı, kamu yönetimi yapılanması da buna göre yeniden teşkilatlanmak zorunda kalırdı. Ancak mevcut durumda, Türk idari yapısı merkezi yönetim (başkent ve taşra örgütü) ile yerinden yönetim (coğrafi ve fonksiyonel) ilkesi çerçevesinde örgütlenmektedir (Eryılmaz, 2021, s. 125; Lamba, 2019, s. 217; Özdemir, 2021, s. 286; Tunç & Güneş, 2021, s. 7).

KAYNAKÇA

- Aksu, S. (2017). 2011 Yılında Çıkarılan Kanun Hükmünde Kararnameler ile Yapılan Düzenlemelere İlişkin Genel Bir Değerlendirme. *Yasama Dergisi*, (35), 26-44.
- Akyıldız, A. (2003). Meclis-i Meb'ûsan. İçinde *TDV İslâm Ansiklopedisi* (C. 28, ss. 245-247). Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı.
- Asilbay, İ. H. (2013). Parlamenter Sistem ve Türkiye Açısından Bir Değerlendirme. *TBB Dergisi*, (104), 247-264.
- Başbakanlık. (2015). *Bakanlık Sistemleri Araştırma Raporu: Bakanlık Sistemi Örnek Ülke İncelemeleri Türkiye'deki Mevcut Bakanlık Sistemi*. Ankara.
- Bayır, Ü. E. (2016). *Kamu Örgütlenmesindeki Değişim ve Dönüşüm 1963-2015*. Ankara: Başbakanlık İdareyi Geliştirme Başkanlığı.
- Bilgin, M. (2015). Parlamenter Sistemin Doğduğu Ülke: İngiltere. İçinde H. Yapıcı Kaya (Ed.), *Karşılaştırmalı Hükümet Sistemleri: Parlamenter Sistem (Almanya, Güney Afrika, Hindistan, İngiltere, İtalya ve Japonya Örnekleri)* (ss. 189-238). Ankara: TBMM Araştırma Merkezi Yayınları.
- Bölükbaşı, M. O. (2020). Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sisteminde Bakanlıkların Statüsü (Önceki Hükümet Sistemi ile Mukayeseli Olarak). *Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 14(1-4), 41-69.
- Bölükbaşı, M. O. (2021). Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemindeki Bakan Yardımcısı ile Önceki Sistemdeki Bakan Yardımcısı ve Müsteşarın Kıyaslanması. *İnönü Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 12(1), 287-303.
- Dik, E. (2012). *Türkiye'de Bakanlık Sistemi ve Geleceği*. Ankara Üniversitesi, Ankara.
- Dik, E. (2013). 643 Sayılı KHK ile Düzenlenen Bakan Yardımcılığı ve Hiyerarşik Örgütlenme İçerisindeki Konumu. *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilimler Fakültesi Dergisi*, 68(4), 121-145.
- Doğan, B., & Erdoğan, Z. (2021). Cumhurbaşkanlığı Sisteminde Cumhurbaşkanı Yardımcıları ve Bakanlar. *Necmettin Erbakan Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 4(1), 1-27.
- Durgun, Ş. (2012). Türk Kamu Yönetiminde Bürokratik Siyaset. İçinde B. Aykaç, Ş. Durgun, & H. Yayman (Ed.), *Türkiye'de Kamu Yönetimi* (2. bs, ss. 227-262). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Eren, V., & Aydın, A. (2019). Cumhuriyet Döneminde Türk Kamu Yönetiminin Gelişimi. İçinde H. Ateş (Ed.), *Türk Kamu Yönetimi* (ss. 39-60). Ankara: Savaş Yayınevi.
- Eryılmaz, B. (2007). Parlamento-Bürokrasi İlişkilerinin Çeşitli Boyutları. İçinde B. Eryılmaz, M. Eken, & M. L. Şen (Ed.), *Kamu Yönetimi Yazıları*:

- Teoride Değişim, Yeniden Yapılanma, Sorunlar ve Tartışmalar*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Eryılmaz, B. (2015). *Kamu Yönetimi: Düşünceler-Yapılar-Fonksiyonlar-Politikalar* (8. bs). Kocaeli: Umuttepe Yayınları.
- Eryılmaz, B. (2017). *Tanzimat ve Yönetimde Modernleşme* (4. bs). İstanbul: İşaret Yayınları.
- Eryılmaz, B. (2021). *Kamu Yönetimi: Düşünceler, Yapılar, Fonksiyonlar, Politikalar* (14.). Kocaeli: Umuttepe Yayınları.
- Esen, E., & Kalağan, G. (2020). Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi'nde Merkezi İdarenin Dönüşümü. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 11(Ek), 260-277.
- Fendoğlu, H. T. (2010). *Başkanlık Sistemi Tartışmaları*. Ankara.
- Heywood, A. (2012). *Siyaset* (6. bs; B. B. Özipek, B. Şahin, M. Yıldız, Z. Kopuzlu, B. Seçilmişoğlu, & A. Yayla, Çev.). Ankara: Adres Yayınları.
- Kayıkcı, S. (2014). 643 Sayılı Kanun Hükmünde Kararname Çerçevesinde Türkiye'de Bakanlık Örgütlenmesinde Yeniden Yapılanma. *Amme İdaresi Dergisi*, 47(1), 23-51.
- Kırıışık, F., & Öztürk, K. (2020). Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemiyle Kamu Yönetiminin Geliştirilmesi. *Adalet Dergisi*, (65), 167-200.
- Koç, O. (2019). Cumhuriyet Öncesi Türk Yönetimsel Geleneği ve Kamu Yönetimi. İçinde H. Ateş (Ed.), *Türk Kamu Yönetimi* (ss. 17-38). Ankara: Savaş Yayınevi.
- Lamba, M. (2019). Merkezi Yönetim: Başkent Örgütü. İçinde H. Ateş (Ed.), *Türk Kamu Yönetimi* (ss. 215-250). Ankara: Savaş Yayınevi.
- Lamba, M., Aktel, M., Altan, Y., & Kerman, U. (2014). Türkiye'de Bakanlık Tipi Örgütlenme: Tarihsel ve Yasal Süreç. *Yönetim ve Ekonomi*, 21(1), 173-189.
- Nacak, O. (2020). Parlamenter ve Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemlerinden Hareketle Bakan ve Bakanlıkların Karşılaştırılmalı Analizi. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 18(1), 138-157.
- Nohutçu, A. (2016). *Devlet Teşkilatı Hukuku: Anayasal Düzen ve T.C. Devlet Teşkilatı Yapısı (Cilt 1)*. Ankara: Savaş Kitap ve Yayınevi.
- Ortaylı, İ. (2010). *Türkiye Teşkilat ve İdare Tarihi* (3. bs). Ankara: Cedit Neşriyat.
- Özdemir, A. (2021). Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sisteminin Türkiye Cumhuriyeti İdari Teşkilatına Getirdiği Yenilikler. *Journal of Academic Value Studies*, 7(3), 284-297.
- Round, J. H. (1915). The House of Lords and the Model Parliament. *The English Historical Review*, 30(119), 385-397.

- Saylam, A. (2019). Kurumsal Kuram Ekseninde Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemindeki Bakanlıkların Yeniden Yapılandırılması. *Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(22), 129-148.
- Saylam, A., & Öktem, M. K. (2015). Türk Kamu Yönetiminde Hizmet Bakanlığı Modeliyle Yeniden Yapılanma: Retrospektif Bir Yaklaşım Mı? *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 5, 1-20.
- Sobacı, M. Z., Miş, N., & Köseoğlu, Ö. (2018). *Türkiye'nin Yeni Yönetim Modeli ve Cumhurbaşkanlığı Teşkilatı* (Sy 206). Ankara: SETA | Siyaset, Ekonomi ve Toplum Araştırmaları Vakfı.
- TBMM. (2005). *Türkiye'de Yasama ve Yürütme* (Ö. Ekşi, Ed.). Ankara: TBMM Basın ve Halkla İlişkiler Daire Başkanlığı.
- Tunç, A., & Güneş, E. (2021). Cumhurbaşkanlığı Ofislerinin Türk Kamu Yönetimindeki Yerine Yönelik Bir Değerlendirme. *Route Educational & Social Science Journal*, 8(12), 1-12.
- Tuzcuoğlu, F. (1996). Demokratik parlamenter sistemin beşiği İngiltere'nin tarihinden ilginç anekdotlar. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1(1), 279-288.
- Uçman, H. (2015). Türk Kamu Yönetiminde Bakan Yardımcılığı Uygulaması Üzerine İnceleme ve Değerlendirmeler. *Akademik Hassasiyetler Dergisi*, 2(3), 191-225.
- Weller, P. (2014). The Variability of Prime Ministers. İçinde R. A. W. Rhodes & P. 't Hart (Ed.), *The Oxford Handbook of Political Leadership* (ss. 489-502). New York: Oxford University Press.
- Yaman, A., & Ünal, H. (2021). Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sisteminin Yürütme Erki Bağlamında Değerlendirilmesi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 26(2), 225-246.

103. Bölüm

Endüstri 4.0 Çağında Denetim 4.0

Halim AKBULUT¹

¹Doç.Dr. Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü,
hakbulut@bartin.edu.tr, ORCID No: 0000-0002-1542-4477

Özet

Endüstri 4.0 dediğimiz bu çağda dijitalleşmenin ulaştığı seviye tüm toplumu etkilediği gibi işletmeleri, muhasebeyi ve denetimi de önemli ölçüde etkilemiştir. Bu yüzden denetim görevini yapanlar dijital teknolojileri benimsemeli ve bu teknolojileri en doğru şekilde kullanabilmeleri gerekmektedir. Bu noktada meslek örgütlerine, üniversitelere ve diğer ilgili kurum ve kuruluşlara büyük sorumluluk düşmektedir. Denetim 4.0 dediğimiz denetimde dijitalleşme olgusu başarıldığı takdirde denetçiler zamandan ve maliyetten tasarruf sağlayacak, örneklem yerine tam sayım yapabilecek ve böylece gerçeğe daha yakın bir raporlamada bulunabileceklerdir. Bu çalışmada Endüstri 4.0, denetim 4.0 ve bunların birbiriyle olan ilişkisi ana hatlarıyla açıklanmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Endüstri 4.0, dijitalleşme, denetim 4.0

Abstract

In this age, which we call Industry 4.0, the level reached by digitalization has affected the entire society as well as businesses, accounting and auditing. For this reason, those who perform the task of auditing should adopt digital technologies and be able to use these technologies in the most accurate way. At this point, professional organizations, universities and other relevant institutions and organizations have a great responsibility. If the digitalization phenomenon, which we call Audit 4.0, is achieved, the auditors will save time and cost, they will be able to make a full count instead of the sample, and thus they will be able to report closer to the truth. In this study, Industry 4.0, audit 4.0 and their relationship with each other are tried to be explained with the main lines.

Keywords: Industry 4.0, digitalization, auditing 4.0

GİRİŞ

Endüstri 4.0 ile ilgili değişiklikler, diğer birçok alanda olduğu gibi denetim üzerinde de önemli bir etkiye sahip olmuştur. Yaşanan gelişmelere paralel olarak denetim mesleği de değişmektedir. İç denetim, risk yönetimi, kontrol prosedürleri ve kurumsal yönetim alanlarında gerçek zamanlı ve proaktif bir denetim hizmeti sunmak için endüstri 4.0 ve teknolojiyi kullanan bir güvence ve danışmanlık faaliyeti olarak hizmet vermektedir. Endüstri 4.0, denetim 4.0 ve bunların etkileşimi, çalışmada genel hatlarıyla açıklanmaya çalışılmıştır.

1.Endüstri 4.0 ve Dijitalleşme

İnsanlık tarihine yeni ve son endüstri devrimi olarak geçen Endüstri 4.0, günümüzde akıllı fabrika ve akıllı üretim dönemi olarak da adlandırılmaktadır (Gabaçlı ve Uzunöz,2017:150). İnsanlık tarihinde bundan önce gerçekleşen diğer endüstri devrimlerinin ilki buhar makinelerinden yararlanılması yoluyla üretim verimliliği ve kapasitesinin artırılması sayesinde meydana gelmiştir. İkinci endüstri devrimi ise, elektrik gücünden yararlanılması sayesinde ortaya çıkmıştır. Üçüncü endüstri devrimi ise üretim sistemlerinden dijital sistemlere yönelmeyi içeren bir dönem olmuştur. Dördüncü sanayi devrimiyle birlikte bilgi toplumu sürecine geçilmiş ve üretim sistemlerinin işleyişine bilgisayarlaşma süreci hâkim olmuştur (Bai, Dallasega, Orzes ve Sarkis,2020; Kıymaz ve Can,2016:108). Bir başka deyişle, Dördüncü endüstri devrimi küreselleşme sürecinde kapitalizmde keskin bir değişim sürecine geçilmesini anlamına gelmektedir. Bunun yanı sıra, Endüstri 4.0, yükselen ara iletişim ve ilişkiler ile zeki otomasyon sistemi nedeniyle 21. Yüzyılda teknolojiye, sosyal kalıplarda, sanayide ve üretim sürecinde meydana gelen süratli değişim anlamına da gelmektedir(Bai, Dallasega, Orzes ve Sarkis, 2020).

Üretim teknolojisinde ortaya çıkan yenilikler ve hızlı gelişmeler, daha önce gerçekleşen endüstri devrimleri gibi devamlı yükselen bir seviyede üretimin gerçekleştirileceğini göstermektedir. Endüstri 4.0 ile işletmelerin hedef olarak kendine belirlediği üretim faktörlerinin en mükemmel bir şekilde planlanarak, maliyet tasarrufunun sağlanması ve üretim kapasitesi ile kalitesinde hızlı bir yükselmenin ortaya çıkmasıdır(Kaya ve Kaya, 2022).

Endüstri devrimi, 19. Yüzyılın ortalarında İngiltere'den başlayarak tüm dünyaya yayılmıştır. 19. Yüzyılda endüstri devrimi ile birlikte dikkat çekici gelişmeler olmuştur. Buhar gücü ve demiryollarındaki gelişmeler, birinci endüstri devriminin temellerini oluşturmuştur. Daha sonraki yıllarda ikinci ve üçüncü endüstri devrimleri yaşanmıştır. 20. Yüzyılın ortalarından itibaren iktisadi düşüncelerde yeni dönüşümler oluşmaya başlamıştır. Bilgi toplumunun doğması, atom enerjisinden yararlanmanın yaygınlaşması, yeni iktisadi

sistemlerin ortaya çıkması ve bilgisayar teknolojisinde yaşanan gelişmeler, endüstri 4.0 aşamasına gelinmesinin temellerini oluşturmuştur. Endüstri 4.0 ile ortaya çıkan yeni iktisadi sistem, ülkelerin sürdürülebilir kalkınması açısından da büyük bir önem taşımaktadır(Yücel,2004:100-101).

2.Endüstri 4.0 Sürecinin Genel Özellikleri

2011 Yılında Almanya’da Hannover fuarında ilk defa olarak kendisinden bahsedilen Endüstri 4.0 günümüz Bilgi Toplumunda sahne alan yeni endüstri devrimidir(Pfeiffer,2017). Endüstri 4.0, emek yoğun çalışılması gereken işleri otomasyon sürecinden geçirerek vasıflı işlerde uzmanlaşmanın sağlanması yoluyla bir değer ortaya konması yaklaşımı olarak da adlandırılabilir(Şener ve Elevli, 2017:26). Ayrıca Endüstri 4.0 insanlığın gelecek kuşaklarına yön veren yeni bir üretim sürecini de ortaya koymaktadır. Endüstri 4.0 yaklaşımını diğer endüstri devrimlerinden farklı kılan başlıca unsurlar: Veri, Sensör, Bilgi ve İşlem kavramları ile belirtilmektedir. Bu dört önemli unsurun üretim sürecine dahil edilmesiyle birlikte vasıfsız işgücü ortadan kalkarken, yerine vasıflı işgücü alınmakta ve üretim sürecinde yanılma payı en aza indirilmektedir (Şener ve Elevli,2017:26; MÜSİAD,2017:50).

Dünya Ekonomik Forumunun başkanlığına yapan Schwab ve Samansa göre teknolojik gelişmeler esas itibariyle üç ana unsurla etkileşim içine girerek Endüstri 4.0 sürecini oluşturmuşlardır. Endüstri 4.0 süreci üçüncü endüstri devriminin devamı şeklinde ortaya çıkmıştır(Schwab ve Samans,2016; Bulut ve Akçacı, 2017:54). Birbirleriyle ilişkili ve haberleşme kurabilen akıllı nesneler yaşadığımız gündelik hayata Endüstri 4.0 süreci ile birlikte ve Nesnelerin interneti (Internet of Things-IOT) kavramı sayesinde girmiştir(Sucu,2021:43). Bir başka deyişle, Endüstri 4.0 süreci birçok yaklaşım ve uygulamayı bünyesi içinde bulundurmaktadır. Bunları sırasıyla Nesnelerin İnterneti(Internet of Things-IOT), Bulut Bilişim Teknolojileri(Cloud Technologies), Büyük Veri Ağları(Big Data Networks), Endüstriyel İnternet(Industrial Internet), Siber Güvenlik Ağları(Cyber Security Networks), Otonom Robotlar(Autonomous Robots), Siber Sistemler(Cyber Systems), Sistem Entegrasyonu(System Integration), Akıllı makineler(Smart Factories), Arttırılmış Gerçeklik(Virtual Reality), Üç Boyutlu Yazıcılar(3d Printers), Sensörler(Sensors), Karanlık Fabrikalar ve Üretim(Lights Out Factories and Manufacturing), Akıllı Fabrikalar(Smart Factories), Akıllı Ürün Yönetimi(Smart Production Management) ve Akıllı Müşteriler(Smart Customer) şeklinde sıralamak mümkündür(Erturan ve Ergin,2018:154-155).

Endüstri 4.0 sürecinde 2011 yılı başlangıç olarak kabul edilmektedir. Önceleri teknik bir kavram olarak ortaya çıkan Endüstri 4.0 kısa bir zaman içinde

milyarlarca Euroluk bir piyasa hacmine kavuşmuştur. Endüstri 4.0 sürecinin geçiş aşamasında belirgin bir kural ve izlenecek rota bulunmadığından her işletme kendisi açısından uyum sürecine adaptasyonu gerçekleştirecektir(Şener, Elevli,2017:11). İnternetin ve makinelerin uyum içinde bir araya getirilerek gelişim aşamasının tamamlandığı Endüstri 4.0 süreci, yazılım ve donanım açısından bütün yaklaşımları değiştirmiştir. Ayrıca sürdürülebilir bir yaşam kalitesi için enerji ve maliyetlerde tasarrufun sağlanması ve böylece verimlilik-kapasite kullanımında en yüksek seviyeye ulaşılması çabalarına da önderlik etmiştir(Cohen,2016:23).

Dijitalleşme süreci insanoğlunun çabaları ile oluşturulan verilerin ve çalışma süreçlerinin dijital unsurlara yönlendirilmesi olarak da tanımlanmaktadır. Bilgisayarın her geçen gün giderek artan veri işleme hızını takip eden veri miktarları da bu hızlı dönüşüm sürecini kaçınılmaz kılmıştır. Giderek karmaşık bir hale gelen küresel rekabet ve bilgi transferi ile gündeme gelen bu dönüşüm, toplumların gelişerek bilgi toplumunun oluşmasına da öncülük etmiştir. Dijitalleşme, yalnızca devletleri ve işletmeleri değil toplumların her bireyini derinden etkilemiştir. Taşınabilir şekilde bellekler (Portable Memory Cards), Akıllı Anahtarlar (Smart Keys), Otonom Fabrikalardan(Autonomous Factories) Otonom arabalara(Self-Driving Cars) birçok alanda dijitalleşme kaçınılmaz dönüşümden doğrudan bir şekilde etkilenmiştir(Sedefçi,2018:74). Bütün bu gelişmeler neticesinde küreselleşme ve bilgi toplumuna geçişin ortaya çıktığı 2010 yılından beri dijital teknolojiler konusunda deneyimle öne çıkan ve tüm dünyada kalıcı değişimlere yol açan dijital dönüşüm süreci, Endüstri 4.0 'ın hareket unsuru olarak ortaya çıkmıştır. Ayrıca 2019 yılında ortaya çıkan Covid 19 küresel pandemisinin de dijitalleşme sürecini hızlandırdığı bir gerçektir(IBM,2021).

Endüstri 4.0 sürecinde boyutlar küçülürken, yetenekler büyümektedir. Kendi kendisine kararlar alabilen, kullanıcısı ile haberleşme sağlayarak destek üreten, kendi içindeki iyi ve kötü gelişmelere dikkatleri çeken mal ve hizmetler ile bir yandan yaşam rahatlarırken diğer yandan daha çok makinelere bağlı bir yaşam tarzı ve stili ortaya çıkmaya başlamıştır. İnsanlara yeni olanaklar sunulurken, robotların mavi yakalı işçileri işsiz bırakacağı ve çalışanlara karşı oluşturacağı engellemelerden bahsedilmektedir. Bütün bu gelişmelere karşı çıkılması imkansızdır. Öte yandan Endüstri 4.0 sürecinin muhtelif negatif etkilerden daha fazla pozitif katkıları ve yararları bulunmaktadır. Faydaların ön plana çıkartılarak negatif unsurların en alt seviyeye indirilmesini en etkin yollarından birisi eğitim sistemlerinin de süreçle birlikte etkin olarak yürütülmesidir. Bu durum doğal olarak eğitimden sağlığa, yönetim ve bilişim sistemlerine kadar her alanda dijital bir dönüşümü tetikleyecektir (Puncreobutr, 2016 :92).

3.Endüstri 4.0 Sürecinin Günümüzdeki Görünümü

Endüstri 4.0 süreci genel olarak uygulanmaya girdiğinde tüm toplumsal yaşamı etkileyecektir. İlk başta bu süreçle birlikte işsizliğin artacağı görünse de, öte yandan çok farklı alanlarda özellikle beyaz yakalı işçilerin istihdamı gerçekleşecektir. Teknolojik gelişmeler yeni meslekleri ortaya çıkaracağından uzmanlaşma artacak ve eğitimde de konuyla ilgili yeni dönüşümler gündeme gelecektir. Endüstri 4.0 mavi yakalı işçilerin istihdam düzeyinde azalmaya neden olurken, beyaz yakalı vasıflı işçilerin istihdamında artışa neden olacaktır. Bu durum, çalışanların dijital teknolojiler karşısında eğitimini gündeme getirecektir. Endüstri 4.0 sürecinin gelişimi insanların yaşamında değişiklikler yaptığı gibi büyük işletmelerin üretim kapasitesi ve verimliliğinde de oldukça etkili olacaktır. Üretici firmalar küresel rekabet ortamında en az giderle, girdileri dönüşüm sürecinden geçirerek, en etkili çıktıyı elde etmek isteyeceklerdir. Bu durum verimlilik analizlerinin ve fayda maliyet araştırmalarının önem kazanmasına yol açacak ve muhasebe bilgi sistemlerinin, ortaya çıkan yeni dönüşüm karşısında yeniden gözden geçirilmesini gündeme getirecektir (Davies, Coole, Smith, 2017:1290).

Endüstri 4.0 hiç kuşkusuz günümüz teknolojisinin yaygın bir şekilde endüstriyel platformda kullanım noktasına gelmesidir. Günümüzdeki teknolojik gelişmeler daha da sürecek ve güçlenerek devam edecektir. Son yıllarda hızla gelişen haberleşme ağı ile teknolojik gelişim düzeyi endüstriyi çok daha farklı aşamalara ulaştıracaktır. Bunun yanı sıra, kuşkusuz insanoğlunun yaşam kalitesi için gelişen teknoloji, gündelik hayatı, çalışma hayatının kalitesini, ekonomik ve toplumsal yaşamın her yönünü çok derinden bir şekilde etkileyecektir. Teknolojik dönüşüm sürekli olarak devam etmektedir. Geliştirilen her yeni icat insanoğlunun yaşam kalitesine doğrudan yansarak, ekonomik ve toplumsal yaşamın ayrılmaz bir parçasını oluşturmaktadır. Endüstri 4.0 süreci halen devam etmekte ve yaşamın her alanını derinden etkileyerek, köklü değişikliklere yol açmaktadır. Tüm bu yaşanan teknolojik gelişmeler Endüstri 4.0'ın günümüzde geldiği noktayı göstermektedir.

Endüstri 4.0'ın en çok kullanıldığı alanlarından biri de yazılımlardır. Makineleşmeye doğru ilerleyen bir çağda endüstri 4.0 yalnızca üretim tesislerinde değil ayrıca genel halkın kullanımına açık tüm sistemlerde de değişikliklere yol açmaktadır. Dijitalleşmenin en çarpıcı bir biçimde yaşandığı endüstri 4.0'da siber olayların da giderek artarak yükseliş trendinde olduğu gözlenmektedir. Siber alemi içinde meydana gelen siber suçlara karşı alınması gereken tedbirler, yaşanılmakta olan olaylar ile de sürekli olarak güncellenmektedir. Tedbirler alınırken siber suçların kökenlerinin ve meydana geliş şekillerinin de doğru şekilde analiz edilmesi gerekmektedir. Adli yönetim

ve bilişim sistemleri de siber suçların sonuçlarının analiz edilmesinde gerekli olan elektronik kanıtları ortaya koymaktadır (Akbal, 2016). Bu nedenle de siber suçlara karşı mücadele edebilmek açısından haberleşme, eğitim, yazılım ve donanım ile altyapının kullanılması süratli bir şekilde geliştirilmelidir. Siber suçlarla mücadelede teknolojik yönden gelişmeler Endüstri 4.0 kapsamında ele alınmalıdır. İnternet alışverişleri ve telefon dolandırıcılığı, bankacılık işlemlerinde hile, ATM'lere gizli cihazlar yerleştirme, sahte kart yapımı, internet bankacılığında dolandırıcılık, internet ortamından şahısların ve işletmelerin banka hesaplarına müdahale edilmesi, hacker gibi kötü niyetli insanların işletmenin hesaplarını kullanması, dolandırıcılıkta, başkalarına ait kimlik bilgilerinin kullanılması tedbir alınması gereken olaylardır. Endüstri 4.0'ın dijitalleşme açısından siber olaylar ile adli bilişim suçlarının açıklığa kavuşmasında kullanılacağı görülmektedir (Akbal, 2016: 150).

Endüstri 4.0 bir diğer açıdan analiz edilmesi, bilgisayar teknolojisinden faydalanılması, endüstride yarı otomatik sistemlerin ve makinelerin kullanımının giderek yaygınlaşmasıdır. Günümüzde birçok endüstri tesisinde mal ve hizmetler el değmeden üretilerek, paketlenme aşamasına kadar bizzat makinelerle gerçekleştirilmektedir. Bu otomasyon sisteminin çalışma tasarımı ise sistem yazılımları sayesinde gerçekleştirilmektedir. Günümüzde gelinen nokta açısından endüstri 4.0 sürecinde yazılım sektörü ön plana çıkmaktadır. İşletmelerin endüstri 4.0 teknolojisini yakalayacak şekilde gelişmesinin sağlanması büyük bir önem göstermektedir. Otomasyon süreci açısından seri üretimde, ürünün bant boyunca ilerleyişi, kutulama ve ambalajlanması aşamaları endüstri 4.0 sürecinde tasarlanmaktadır. Endüstri 4.0 sürecinde belirli ürün hatalarını önceden belirlenmekte, kayıplar telafi edilerek, gerektiğinde alternatif çözümler üretilerek, ürün analizleri yapılmaktadır. Piyasaya sürülmesi, planlanan ürünlerin, piyasanın beklentilerini karşılayıp karşılamadığı, gerçekten istenilen özellikleri taşıyıp, taşımadığının belirlenmesi doğru ürünlerin üretilmesi açısından son derece önemlidir. Kaliteli ürünlerin üretilmesi, maliyet ve enerji tasarrufunun sağlanması, uzmanlaşmış işgücünün üretim sürecinde kullanılması ve ortaya çıkan sorunlar karşısında alternatif çözüm önerilerinin üretilmesi Endüstri 4.0 teknolojisinin hayatın her alanında kullanılması ile mümkün olmaktadır. İnsan gücünü azaltmak, zamandan tasarruf, sorunlar karşısında pratik kalıcı çözüm üretmek Endüstri 4.0 teknolojisine ulaşmak ile mümkün olmaktadır. Ayrıca teknolojik gelişmeler, günümüzde özellikle organize sanayi bölgelerinde faaliyette bulunan büyük ölçekli tesislerin de Endüstri 4.0 sürecine uyum sağlamasına büyük önem vermektedir. Kaliteli bir üretim, otomasyon ağlarının etkinleştirilmesi, enerji ve zaman tasarrufu, uzman işgücü istihdamı, ulaşım, gibi temel birtakım unsurlar için endüstri 4.0 kullanılmaktadır. Türkiye'de endüstri

4.0, günümüzde özellikle büyük ölçekli endüstri faaliyet kollarında başlamıştır. Bunun nedeni yeni bir teknolojinin endüstride kullanılmasının genel olarak daima daha maliyetli olmasıdır. Zamanla değişen koşullar içinde orta ve küçük ölçekli endüstri kollarında faaliyet gösteren işletmeler içinde endüstri 4.0 kullanılması artacaktır (Apiliogullari,2018).

Gelişen endüstri 4.0 iş sağlığı ve güvenliği alanında da birçok yenilikleri beraberinde getirmiştir. Üretim akışı sırasında çalışanların sağlık ve güvenliklerini beklenmedik bir şekilde etkileyebilecek olan bütün zehirli, tehlikeli kimyasal gaz ve atıklar günümüzde teknolojik imkanlarla belirlenmektedir. İş akışı sırasında insan sağlığını olumsuz etkileyecek kimyasal gaz ve atıkların teknolojik cihazlarla belirlenmektedir. Ayrıca çalışanlara yönelik koruyucu malzemelerin ve ergonomik işyeri tasarımlarını da teknolojik gelişmelerle birlikte endüstri 4.0 sürecine uygun bir şekilde sağlanmasına çalışılmaktadır (Burritt, 2016:25).

Pandemi döneminde internet üzerinden market alışverişlerinde ve hazır yemek sektöründe büyük bir artış gözlemlenmiştir. Bu dönemde Yemek firmaları müşterilerden gelen siparişlerini gelişen teknoloji ile karşılamak için endüstri 4.0'ın kullanımını giderek yaygınlaştırmışlardır. Dijital iletişim ağları, müşteri sipariş hattı, işlerin yönetim ve organizasyonu, bizlere bu sektörde de endüstri 4.0 sürecinin gelişimini göstermektedir (Kaya,2022:39).

4. Denetim 4.0

Bilgi teknolojisindeki gelişmeler denetim mesleğini de büyük ölçüde etkilemiştir. Manuel denetime yönelik çalışmalar, hem işletmelerde teknoloji tabanlı muhasebe sistemlerinin doğrulanması hem de denetim sürecinin etkinliğinin artırılması konusunda yetersiz kalmıştır. Sonuç olarak, artık denetim süreçlerinin teknoloji araçları kullanılarak otomatikleştirilmesi gerekmektedir (Akbaş ve Çarıkçı, 2022:57). Endüstri 4.0'ın tanıtılmasıyla birlikte, bu sanayi devriminin muhasebe ile ilgili önemli etkilerinden birinin denetim alanında olması beklenmektedir. Bu alandaki ilerlemelere Denetim 4.0 (Denetim 4.0) adı verilir. Entegre bilgisayar sistemleri ve yazılım modülleri, harici ve dahili alıcılar ve senkronize bilgi akışı ile Denetim 4.0, veri toplama sistemlerini geliştirir. Denetim 4.0, maliyet tasarrufu, karar desteği ve ürün kalitesi ve makine hatası tespiti dahil olmak üzere birçok yönden Endüstri 4.0'ın muhasebe işlevini tamamlayıcı niteliktedir. (Çam, 2023:21).

Endüstri 4.0 tarafından kullanılan teknolojiye dayanan Denetim 4.0, bir şirket ve bağlantılı ortakları tarafından sağlanan finansal ve finansal olmayan verileri ve ayrıca diğer denetimle ilgili verileri Endüstri 4.0 ortamına uygun olarak toplayan bir denetim stratejisidir. (Erdoğan, 2019:809). Analitik çalışmalara

göre, Endüstri 4.0'dan bağımsız denetim mesleğinde yoğun olarak yararlanılmaktadır ve bu teknolojik çözümler denetim sürecine çok uygundur. Araştırmalara göre Bulut Bilişim Sistemleri, Siber Güvenlik Sistemleri ve Entegre Sistemler en popüler üç Endüstri 4.0 bileşenidir. Bunun nedeni, denetimde kullanılan verilerin, Bulut Bilişim Sistemleri aracılığıyla verilere erişildiği, kolayca saklandığı ve etkin bir sistem olmasının yanı sıra, denetimde kullanılan verileri en çok kullanılan bileşen olarak kabul edilmesidir. (Akbaş ve Çarıkçı, 2022:69-70).

Endüstri 4.0 teknolojisi ile depolanan, aktarılan ve analiz edilen verilerin denetim faaliyet süreçlerinde kullanılması ile denetimin güvenilirliği, özgünlüğü ve kullanılabilirliği önemli ölçüde artırılabilecektir. Sürecin her seviyesinde, veriler eş zamanlı olarak çalışacak ve hata ve sahtekarlık olasılığını azaltacaktır. Bu, süreç boyunca tam şeffaflığın kapılarını açarak denetim çabalarında zamandan ve paradan tasarruf sağlayacaktır. (Demirkol ve İkvan, 2020:55). SMMM ve YMM'ler için denetim mesleğinin koşulları da Endüstri 4.0 ile birlikte değişecektir. Dijital devrim, denetçinin uzaktan çalışmasını mümkün kılacak ve denetim sonucunu geliştirmek için kanıtların toplanma şeklini de değiştirecektir. Fiziki sayım yerini teknik sayıma bırakacak ve eş zamanlı mutabakatla veya online bir sistemle belgelerin incelenmesi dijital hale gelecektir. Ek olarak, bu, daha küçük bir denetim ekibiyle sonuçlanacak ve denetimin güvenilirliğini artıracaktır. (Dursun vd., 2019:268).

Kurumsal varlıkların yönetimi ve kontrolü bu teknolojik dönüm noktasında daha basit olacaktır. Yapay zeka, bulut bilişim, nesnelerin interneti, akıllı raflar, makineler ve fabrikalar vb. yayınlaması sonucu denetimde kalite, hız artacak maliyet ise düşecektir. Denetçi internet erişimi olan her yerde çalışabilecektir. Ulaşım, konaklama vb. giderler denetim ücretlerinden düşülecektir. Denetçi, kısa bir süre sonra, sanki bizzat oradaymış gibi, ofisinin rahatlığında işletmede sanal turlar yapma şansına sahip olacaktır. Sanal asistanlar yardımıyla artırılmış gerçeklikten yararlanarak sorunları, işlemleri, vakaları, stok sayımlarını, depo giriş çıkışlarını görüntüleyebilecektir. Endüstri 4.0 ile denetim çalışmasına fiziksel bağımlılığı ortadan kaldırmak, veri erişim sorunlarının üstesinden gelmek ve hem müşteri işletme personeli hem de denetçi yardımcıları tarafından yapılan hataları azaltmak mümkün hale gelirken, denetim kalitesinin artması beklenmektedir. (Kablan, 2018:1576).

Araştırmaya göre, denetimde teknolojik ilerlemeleri kullanmanın zaman tasarrufu, maliyet tasarrufu ve kayıtlarda daha kolay sahtekarlık ve hata tespiti gibi faydaları vardır, ancak güvenlik zayıflıklarının gelişmesi, siber saldırılarla ilgili sorunlar ve iletişim eksikliği gibi sorunlar da tespit edilmiştir. Araştırmadan elde edilen bir diğer bulgu da, denetimde kullanılan teknik gelişmelerin zaman

zaman hata ve hileleri belirlemede insan faktöründen daha etkili olduğudur. Bu bulgunun denetim kalitesi ve prosedürü üzerinde olumlu bir etkisi vardır. Şeffaf raporlama sisteminin kurulması ile daha kaliteli denetim faaliyetlerinin oluşturulması sağlanacak, zamandan tasarruf sağlanarak denetim süreci hızlandırılacaktır. Çalışmada denetim faaliyetini yürüten denetçilerin, kurum veya kuruluşların denetim alanındaki yaklaşıma ve teknolojik yeniliklere uyum sağlayamadıkları konusunda görüş birliği bulunmaktadır. Meslek odalarının ve diğer ilgili kurumların bu konuda eğitim desteği vermesi ve çalışanların bu tür eğitimlere katılarak sürece daha kolay uyum sağlamaları kaçınılmazdır. Bazı kişilerin kurum ve şirketlerin bu alana daha fazla yatırım yapması gerektiğine ve yeni teknolojileri benimsediklerinde denetimin daha verimli olduğuna inandıkları görülmüştür. Çalışmadan elde edilen bir diğer bulgu da, iyileştirmelerin risk değerlendirmesi konusunda yardımcı olacağı ve işletmelere risk ve yönetim bağlamında pratik çözümler sunacağıdır. (Karyağdı, 2022:25). Denetim yazılımları ile daha kaliteli, iyi planlanmış, hızlı ve verimli denetimler mümkün olmaktadır. Geleceğin denetçilerinden, denetim görevlerinin çoğunu bilgisayar destekli akıllı yazılımlara devretmeleri beklenir, ancak yine de nihai kararları ve değerlendirmeleri yapmaktan sorumlu olacaklardır. (Soğuksu, 2020:304).

Denetçiler için işletme faaliyetlerine ve mali hesaplara erişim daha basit hale gelir. Tüm verilerin sisteme aktarılmasında yeni nesil teknolojinin kullanılması, dolandırıcılık, hata ve faaliyet ve raporların manipülasyonunu azaltacaktır. Sisteme herhangi bir yerden anında erişilebilmesi, sürekli denetime, denetim için mevcut kaynakların genişletilmesine ve denetim sürecinde zaman ve maliyet açısından avantajlar sağlayacaktır. Blockchain teknolojisi sayesinde veriler değiştirilemez ve silinemez hale gelecek, Endüstri 4.0 ile robotik veri toplama, şirket hayatının bir parçası haline gelecek böylece hata oranları azalacaktır (Tutar, 2019:338). Dijital çağda işleyebilmek için yeni bir dijital altyapının inşa edilmesi gerekiyor. Bu altyapının "dijital sinir sistemi", insan sinir sistemi ile karşılaştırılabilir. Dijital sinir sistemi, bir işletmenin çevresini algılamasına ve uygun şekilde yanıt vermesine, rakip işletmelerden gelen tehditleri ve müşteri gereksinimlerinin farkına varmasına ve çağrıldığında gerekli önlemleri almasına olanak tanıyan dijital prosedürlerden oluşur. (Türker, 2018:213).

1990'lı yılların başından beri literatürde tartışılan sürekli denetim fikri, Denetim 4.0 kavramına benzetilebilir. Bilgisayar teknolojilerini kullanan gerçek zamanlı güvence, sürekli denetimin bir başka vurgusudur. Denetimin üçüncü aşaması, sürekli denetim olarak bilinen denetim yaklaşımının kullanılması için uygundur. Öte yandan, denetim 4.0, sürekli denetimin ötesine geçen ve nesnelerin interneti aracılığıyla toplanan iç ve dış büyük verileri bu verileri analiz etmek için girdi olarak kullanan bir prosedürdür. Sonuç olarak, denetim gerçek zamanlı ve

artan bir güvence sunar. Denetim 4.0'da risk, risk yönetimi ve danışmanlık faaliyetleri denetçinin birincil odak noktası haline gelir. (Yıldız ve Ağdeniz, 2019:90). Endüstri 4.0 çağının ağırlıklı olarak insan-makine işbirliğine dayanacağına inanılmaktadır. Bunun nedeni, tasarlanan programların ve yazılımların insanlar tarafından kontrol edilmesi gerektiğidir. Belirli denetim görevlerinde kullanmak için en uygun yöntemleri seçmenin getirdiği zorluklar göz önüne alındığında, mevcut iş akışında tartışıldığı gibi, kuruluşların Endüstri 4.0'ın birden çok yönünü etkin bir şekilde yönetebilen birden çok beceriye sahip kişileri işe alması yararlı olabilir. (Chijioke, 2021:24).

KAYNAKLAR

- Akbal, E., Doğan, Ş. Kaya, M., (2016). ‘Adli Bilişim Mühendisliği Müfredatı ve Gereksinimleri’. Fırat Üniversitesi Mühendislik Bilimleri Dergisi, 28(2), 149-158.
- Akbaş, A., ve Çarıkçı, O (2022). Endüstri 4.0’ın Bağımsız Denetçilere Ve Denetim Uygulamalarına Etkisi. Muhasebe ve Finansman Dergisi – Nisan 2022 (94), 53-72.
- Apiliogullari, L., (2018). ‘The Road Map of Digital Transformation’, Aura Publishing, ISBN: 978-605-103-381-5, İstanbul.
<https://doi.org/10.18506/anemon.460721>
- Bai, C., Dallasega, P., Orzes, G., Sarkis, J.(2020). Industry 4.0 Technologies Assessment: A Sustainability Perspective. International Journal of Production Economics.229:107776. Doi:10.1016/J.ijpe.2020.107776. ISSN:0925-5273
- Burritt, R., K. Christ, (2016). ‘Industry 4.0 and environmental accounting: a new revolution’, Asian J. Sustainability and Soc. Responsibility 1 (1) 23–38. doi: 10.1186/s41180-016-0007-y
- Bulut, E. Ve Akçacı, T.(2017). Endüstri 4.0 ve İnovasyon Göstergeleri kapsamında Türkiye Analizi. ASSAM Uluslararası Hakemli Dergi (ASSAM International Refereed Journal, 7, 50-72.
- Chijioke E. N. (2021), Auditing in the New Age of Industry 4.0: The Need for More Research. International Journal of Business Strategy and Automation, 2(1), 17-28.
- Cohen.(2016). Networks, Uncertainty Reduction and strategic Decision-Making in Social Movement Fields. London School of Economics and Political Science, London.
- Çam, M.(2023). Endüstri 4.0: Dijitalleşme ve muhasebe. Journal of Politics, Economy and Management (JOPEM) , 6(1), 11-29.
- Davies R., Coole T., Smith A., (2017), “Review of socio-technical considerations to ensure successful implementation of Industry 4.0”, Procedia Manufacturing, 11, pp. 1288 – 1295.
- Demirkol, Ö.F. ve İkvan, A. (2020). Denetimin Geleceği: Endüstri 4.0’ın Etkisinde Denetimin Yeniden Dizaynı. Uluslararası Muhasebe Ve Finans Araştırmaları Dergisi, 2(1), 55-72.
- Dursun, G.D., Ektik, D., ve Tutçu, B. (2019). Mesleğin Dijitalleşmesi: Muhasebe 4.0. Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi (ASEAD), 6(6), 263-171.
- Erturan, İ.E. ve Ergin E.(2018). Muhasebe Mesleğinde Dijitalleşme:Endüstri 4.0 Etkisi. The Journal of Academic Social Science, 72, 153-165.

- Gabaçlı N ve, Uzunöz M.,(2017). IV. Sanayi Devrimi: Endüstri 4.0 ve Otomotiv Sektörü. 3rd International Congress on Political, Economic and Social Studies(ICPESS), 149-174.
- IBM(2021). How Covid 19 has Accelerated Digital Transformation-and how to Stay Ahead in 2021. IBM Web site. <http://www.ibm.com/blogs/think/uk-en/how-covid-19-has-accelerated-digital-transformation-and-how-to-stay-ahead-in-2021/>(Erişim Tarihi:25.01.2022).
- Kablan, A. (2018). Endüstri 4.0, “Nesnelerin İnterneti” - Akıllı İşletmeler Ve Muhasebe Denetimi. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi Özel Sayısı, Cilt 23, 1561-1579.
- Karyağdı, N.G. (2022). Denetimde Teknolojik Gelişmelerin Denetim Sürecine Olan Etkilerinin Akademisyen Görüşleriyle İncelenmesi. Denetişim, 13(26), 13-31.
- Kaya, M ve Kaya, G.,(2022). Gelişen Teknolojide Endüstri 4.0'ın Durumu, M.C.B.Ü, Soma Meslek Yüksekokulu Teknik Bilimler Dergisi Yıl: 2022, I(33), 36-41.
- Kıymaz, M. ve Can A.(2016). Bilişim Teknolojilerinin Perakende Mağazacılık Sektörüne Yansımaları: Muhasebe Departmanlarında Endüstri 4.0 Etkisi. Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, CİEP Özel Sayısı, 107-117.
- MÜSİAD.(2017). Endüstri 4.0 ve Geleceğin Lojistiği. Lojistik Sektör Raporu, İstanbul.
- Pfeiffer, S.(2017). The Vision of ‘Industrie 4.0 in the Making-A Case of Future Told, Tamed, and Traded. Nanoethics. 11, 107-121.
- Puncreobutr R. (2016) Education 4.0: New Challenge of Learning, St. Theresa Journal of Humanities and Social Sciences, 2(2) July-December 2016, 92-102
- Sedefçi, K.(2018). Endüstri 4.0 Bakış Açısıyla Nesnelerin İnterneti ve Müşteri Deneyimi Açısından İncelenmesi. Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Global Pazarlama Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Schwab, K. Ve Samans, R.(2016). World Economic Forum: The Future of Jobs Report. The World Economic Forum Website: <http://reports.weforum.org/future-of-jobs-2016/>(Erişim Tarihi:15.03.2022).
- Soğuksu, Z.Y. (2020). Muhasebe Denetiminde Dijital Dönüşüm: Denetim Yazılımları. Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Dergisi, 13 (2), 281-308.
- Sucu, M.(2021). Dijital Yönetim: İşletme Yönetiminde Yeni Bir Yaklaşım. İKSAD Yayınevi, Ankara.

- Şener, S. ve Elevli, B.(2017). Endüstri 4.0’da Yeni İş Kolları ve Yüksek Öğrenim. Mühendis Beyinler, 25-37.
- Tutar, S. (2019). Endüstri 4.0’ın Muhasebe Mesleğine Olası Etkileri. Uluslararası Ekonomi, İşletme ve Politika Dergisi, 3(2), 323-344.
- Türker, M. (2018). Dijitalleşme Sürecinde Küresel Muhasebe Mesleğinin Yeniden Şekillenmesine Bakış. Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi, 20(1),202-235.
- Yıldız, B. Ve Ağdeniz, Ş. (2019). Denetim 4.0’ın Teknolojik Altyapısı. Muhasebe ve Denetime BAKIŞ (58),83-102.
- Yücel, F.(2004). Sürdürülebilir Kalkınmanın Sağlanmasında Çevre Korumanın ve Ekonomik Kalkınmanın Karşılıklı ve Birlikteliği. Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. 11(11), 100-120.

104. Bölüm

Elektronik Sözel İletişimin Satın Alma Niyeti Üzerindeki Etkisinin Belirleyicileri

Sercan HATİPOĞLU¹

¹ Dr. Öğr. Üyesi; Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü,
shatipoglu@bandirma.edu.tr 0000-0002-2029-8110

ÖZET

İnternetin hayatın ayrılmaz bir parçası haline geldiği 21. yüzyıl şartlarında, online alışverişe katılan müşteri sayısı da her geçen gün artış göstermektedir. 2020 yılından sonra Covid-19 pandemisinin müşterilere evlerinde kalma zorunluluğu getirmesi ile bu artışın daha da hızlandığı görülmektedir. Diğer bir taraftan, internet ve e-ticaretin gelişmesiyle birlikte geleneksel sözel iletişim, tüketicilerin karar verme süreçlerinde önemli ölçüde etkileyen elektronik sözel (eWOM) iletişimlere dönüşmüştür. Online alışverişin doğası gereği müşterilerin ürünlere dair risk algıları göreceli olarak daha yüksektir. Bu riski en aza indirmek için potansiyel müşteriler, ürünleri daha önce deneyimleyen müşterilerin yorum ve değerlendirmelerini inceleyerek satın alma kararı vermektedir. Bu çalışmanın amacı, tüketicilerin satın alma niyetini etkileyen elektronik sözel iletişim faktörlerinin araştırılmasını amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda 301 üniversite öğrencisinden çevrimiçi anket yoluyla veri toplanmıştır. Bu etkinin belirleyicileri olarak yoruma duyulan güven, yorum yapana duyulan güven, yorum kalitesi ve yorum sayısı bağımsız değişkenlerinin satın alma davranışına olan etkisi çoklu doğrusal regresyon analizi ile incelenmiştir. Araştırma sonucunda elde edilen bulgulara göre, öğrencilerin satın alma davranışları üzerinde, yoruma duyulan güven, yorum sayısı ve yorum kalitesinin pozitif ve anlamlı bir etkisinin olduğunu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sözel İletişim, Elektronik Sözel İletişim, WOM, e-WOM, Satın Alma Davranışı

GİRİŞ

Küreselleşme ve teknolojik gelişmeler dünyanın dört bir yanındaki insanların yaşam tarzlarını değiştirmiştir. İnternet ise insanların birbirleriyle iletişim kurma şekillerini de zaman içerisinde değiştirerek, hayatımızın önemli bir parçası haline gelmiştir. İnternetin yayılmasından önce, tüketiciler ürün veya hizmetlerle ilgili deneyimlerini geleneksel sözel iletişim (word of mouth communication) yoluyla paylaşmaktaydı. Ancak teknolojinin hızlı gelişimi, tüketicilerin işletmelerle ve diğer tüketicilerle elektronik sözel iletişim (electronic word of mouth communication) oluşturmalarına yardımcı olan sosyal medya vb. çoklu kanallar aracılığıyla etkileşime girmeleri için birçok fırsat sağlamıştır (Ai vd., 2022; Lee vd., 2022). Başka bir deyişle, ürün ve hizmetler hakkında diğer tüketicilerle yapılan yüz yüze sözel iletişim; elektronik bültenler, haber grupları, bloglar, çevrimiçi tartışma forumları ve ağ siteleri gibi elektronik sözel iletişimin çeşitli formlarına genişlemiştir (Hussain vd., 2020). Bu nedenle, yüz yüze yapılan sözel iletişimden farklı olarak elektronik sözel iletişim, tüketicilerin ürünler ve hizmetlerle ilgili, internet ortamında gerçekleştirdikleri olumlu veya olumsuz iletişimlerini ifade etmektedir.

Tüketiciler sözel iletişimi işletmelerin tutundurma faaliyetlerinden daha inandırıcı bularak, satın alma davranışı üzerinde olumlu ve güçlü bir etkiye sahiptir. Tüketicilerin bunu daha güvenilir bulmasının nedeni ise sözel iletişimden elde edilen bilginin kaynağının kendileri gibi tüketici olan diğer kişilerden gelmesidir. Benzer şekilde Hovland vd.'nin (1953) kaynak güvenilirlik teorisi “kaynak kendini güvenilir olarak sunduğunda, insanların veya alıcıların ikna olma olasılıklarının daha yüksek” olduğunu göstermiştir (Aktaran: Umeogu, 2012). Günümüzde sosyalleşmenin büyük bir kısmının internet üzerinden gerçekleşmesi ile tüketiciler satın alma kararlarını vermek için çoğunlukla diğer tüketiciler tarafından oluşturulan veya paylaşılan çevrimiçi bilgilere güvenmektedir (Hu vd., 2012). Bu nedenle, internetin tüketicilerin görüş ve tutumları üzerinde oldukça etkili olduğu ifade edilebilir (Mangold ve Faulds, 2009). Müşterilerin ürün ve hizmetlerin özelliklerini tartışabilmeleri için çeşitli web sitelerindeki sayfalar şirketler tarafından oluşturulmaktadır. Çevrimiçi sayfalar şirketler tarafından işletilirken, gruplar ise genellikle müşteri tarafından işletilmektedir. Bu sayfalarda müşteriler ürün ve hizmetler hakkındaki görüşlerini paylaşp, elektronik sözel iletişime katkıda bulunmaktadırlar. Çağımızda birçok kişi interneti günlük yaşamda kullanmakta olup, dolayısıyla herhangi bir ürünü satın almadan önce ve sonra bir şekilde elektronik sözel iletişim faaliyetlerinin içinde yer almaktadır (Berger, 2014).

Elektronik sözel iletişim birçok araştırmacı tarafından tüketicilerin satın alma kararı vermesini etkileyen bir bilgi kaynağı olarak kabul edilmektedir

(Jeong ve Koo 2015; Lee vd., 2017; Lin vd., 2018). Örneğin son dönemde yapılan çalışmalarda, çevrimiçi yorumların/incelemlerin (bir tür elektronik sözel iletişim) tüketicilerin % 93'ünün satın alma kararını önemli ölçüde etkilediğini göstermektedir (Ruiz-Mafe vd., 2018; Tata vd., 2019). Çeşitli ampirik çalışmalarda ise elektronik sözel iletişimin tüketicilerin ürün veya hizmet satın alma niyeti üzerindeki etkisi ortaya koyulmuştur (Chen vd., 2014; Erkan ve Evans 2016; Plotkina ve Munzel 2016). Örneğin: Otomobil satın alma niyeti (Jalilvand ve Samiei 2012a), dizüstü bilgisayar satın alma niyeti (Aerts vd., 2017), akıllı telefon satın alma niyeti (Chen vd., 2016), turistik destinasyon seçme niyeti (Jalilvand ve Samiei 2012b), otel rezervasyonu yapma niyeti (Agag ve El-Masry 2016).

Yukarıdaki bilgilere dayanarak, elektronik sözel iletişimin potansiyel ve mevcut müşterilerin satın alma niyeti üzerinde önemli bir etkisinin olduğu yadsınamaz bir gerçek olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu doğrultuda mevcut araştırmada, tüketicilerin satın alma davranışını etkileyen elektronik sözel iletişim faktörlerinin ortaya konulması amaçlanmıştır. Yapılan önceki çalışmalarda, tüketicilerin tutum ve davranışları üzerindeki elektronik sözel iletişimin etkisini belirleyen faktörlere göreceli olarak daha az odaklanılmıştır (López ve Sicilia, 2014). Bu bakımdan araştırma sonucunda elde edilen bulguların ilgili literatüre ve pazarlama yöneticilerine katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

LİTERATÜR TARAMASI

Bilgi çağında, insanlar dış çevrelerinden gelen büyük miktarda bilgi ve reklama maruz kalmaktadır. Bu büyük miktarda bilgiyi gözden geçirmek için ise yeterli zamanları yoktur. Bu nedenle, arkadaşlar ve akrabalar aracılığıyla bilgiyi kısa ve elenmiş bir şekilde almayı tercih etmektedirler (Warrington, 2002). Sözel iletişim, mal veya hizmetleri üreten şirkete bağlı olmayan kişilerin, mal ve hizmetler hakkında birbirleriyle iletişim kurmalarıdır. Müşteriler mal veya hizmet satın almak için radyo ve televizyon gibi kaynaklardan ziyade, aralarındaki sözel iletişim bilgilerine daha fazla güvenmektedir (Cakim, 2009). Olumlu (ürüne övgü) ve olumsuz (ürüne eleştiri) sözel iletişim olmak üzere müşteri tutumları üzerinde önemli rol oynayan iki tip sözel iletişim şekli vardır (Halim vd., 2022).

İnternetin yaygınlaşması ile pazarlamacılar, sözel iletişim pazarlamasının İnternette de yapılabileceğini keşfetmişlerdir. Bu şekilde elektronik sözel iletişim ortaya çıkmıştır (Eaton, 2006). Elektronik sözel iletişim ile müşteriler ve pazarlamacılar deneyimlerini çevrimiçi paylaşmakta olup, müşterilerin alışverişte bilinçli kararlar almalarına da yardımcı olmaktadır (Erkan ve Evans,

2018; Roy vd., 2022). Elektronik sözel iletişim, geleneksel yüz yüze yapılan sözel iletişimden temelde iki açıdan farklılık göstermektedir: 1) iletişim kuran kişi sayısı (elektronik sözel iletişim kullanıcılar arasındaki çok daha fazla iletişimi kapsar) (Gretzel ve Yoo, 2008) ve (2) iletişim hızı (elektronik sözel iletişimdeki bilginin yayılımı sözel iletişimden çok daha hızlıdır) (Cantallops ve Salvi, 2014).

Elektronik sözel iletişim hem tüketicilere hem de şirketlere çeşitli açılardan fayda sağlamaktadır. Tüketiciler, satın alma öncesi, satın alma esnasında ve satın alma sonrasında olmak üzere bilgi edinmek, fikirlerini paylaşmak ve geri bildirimde bulunmak için elektronik sözel iletişimi kullanırlar. Bunun yanı sıra, şirketler de müşterilerle etkileşim kurmak, satın alma niyetlerini etkilemek ve gelir elde etmek için kullanmaktadır (Halim vd., 2022). Zaten çeşitli araştırmalarda elektronik sözel iletişiminin tüketicilerin satın alma niyeti üzerindeki pozitif etkisi ortaya koyulmuştur (Chen vd., 2014; Erkan ve Evans 2016; Plotkina ve Munzel 2016). Bu nedenle, elektronik sözel iletişimin hangi belirleyicilerinin satın alma davranışı üzerinde etkisinin olduğunun bilinmesi son derece önemlidir.

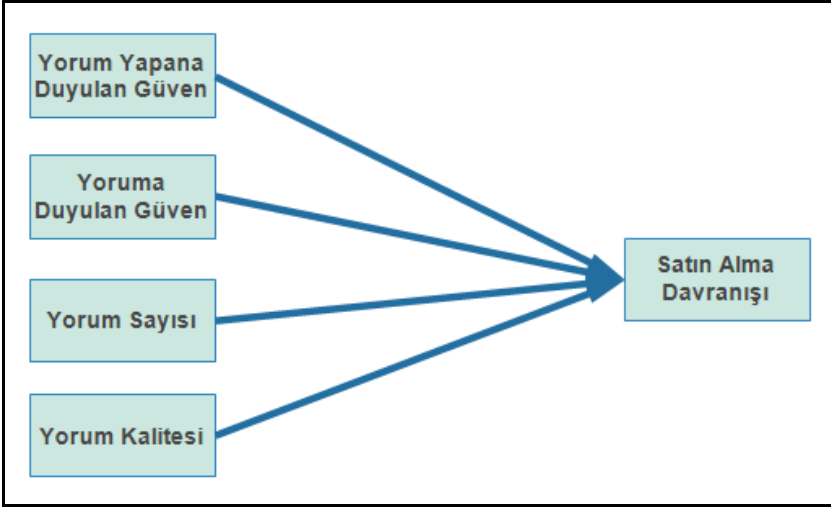
Çeşitli araştırmalarda, İnternet ortamında çok sayıda olumlu eleştiri / yorumun yapılması (yorum sayısı) ürünün popülaritesini gösteren ve satın almaya ikna eden bir belirleyici olarak gösterilmiştir (Park vd., 2007; Huyen ve Castello, 2017). Buna ek olarak, internet ortamındaki yorumların güncelliği de bir belirleyici olarak bulunmuştur. Başka bir deyişle, yorum ne kadar güncel olursa, tüketicilerin dikkatini çekmek de o kadar kolay olmakta ve bu durum satın alma niyetini artırma eğilimindedir (Zhao et al., 2015). Ayrıca, çeşitli araştırmalarda yoruma duyulan güven (Ladhari ve Michaud 2015; Saleem ve Ellahi 2017), yorum yapana duyulan güven (Akyüz, 2013; Yang vd., 2015), yorumun kalitesi (Tsao ve Hsieh 2015, Zorlu ve Uzgören, 2020), yorum valansı (olumlu-olumsuz yorumlar) (Lopez ve Sicilia, 2014) ile satın alma niyeti arasında pozitif ilişkinin varlığı da ortaya koyulmuştur. Mevcut çalışmada ise yorumun kalitesi, yorum sayısı, yoruma duyulan güven ve yorum yapana duyulan güven değişkenleri öğrencilerin satın alma davranışını etkileyen elektronik sözel iletişimin belirleyicileri olarak araştırılmıştır.

YÖNTEM

Bu bölümde araştırmanın hangi amaçla oluşturulduğu, bu amaç doğrultusunda kurulan modeli ve test edilecek hipotezleri hakkında bilgileri içermektedir. Ek olarak, araştırma evren ve örnekleme ile verilerin hangi ölçek ve teknikle toplandığına dair bilgiler verilmektedir.

Araştırmanın Amacı, Modeli ve Hipotezleri

Çalışmanın amacı, öğrencilerin satın alma davranışını etkileyen elektronik sözel iletişim faktörlerinin araştırılmasıdır. Bu kapsamda satın alma davranışı sadece çevrimiçi satın alma davranışı olarak değil, genel satın alma davranışı olarak değerlendirilmiştir. Bu amaç doğrultusunda oluşturulan araştırma modeli Şekil 1’de gösterilmektedir.



Şekil 1. Araştırma Modeli

Çalışma kapsamında ve literatür araştırmaları sonucunda araştırmanın hipotezleri şu şekilde oluşturulmuştur:

H₁: Yorum yapana duyulan güvenin tüketicilerin satın alma davranışı üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisi vardı.

H₂: Yoruma duyulan güvenin tüketicilerin satın alma davranışı üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisi vardı.

H₃: Yorum sayısının tüketicilerin satın alma davranışı üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisi vardı.

H₄: Yorum kalitesinin tüketicilerin satın alma davranışı üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisi vardı.

Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın evreni, 2022-2023 eğitim öğretim yılında Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi Manyas Meslek Yüksek Okulu’nda öğrenim gören 1091 öğrenciden oluşmaktadır. Araştırma verileri toplanırken, tesadüfi olmayan örnekleme metodlarından kolayda örnekleme tekniğine göre veriler toplanmıştır. Ana kütleyi temsil kabiliyeti olan uygun örneklem sayısının tespitinde ise çeşitli

yaklaşımlar bulunmaktadır. Örneğin, Gürbüz ve Şahin'e (2017) göre, ulaşılması gereken örneklem büyüklüğü Tablo 1'de gösterilmektedir.

Tablo 1. Farklı Evrenler için Kabul Edilebilir Örneklem Büyüklükleri

Evren (N)	Gerekli Örneklem Büyüklüğü (%95)
100	79
500	217
1000	278
4000	350
10.000	370
20.000	377
100.000	383
1.000.000	384
10.000.000	384

Diğer bir yaklaşıma göre (Shirsavar vd., 2012) ulaşılması gereken örneklem sayısını (n):

$$5q \leq n \leq 15q$$

olarak formülize etmiştir (q değeri ankette yer alan ifade sayısını göstermektedir). Çalışmada kullanılan ölçeklerde toplam 21 ifade bulunmaktadır. Bu sebeple ulaşılması gereken örneklem miktarı 105 ile 315 arasında olmalıdır. Bu yaklaşımlardan yola çıkarak, veriler 15/03/2023 ile 05/04/2023 tarihleri arasında toplam 301 katılımcıdan internet ortamında toplanmıştır. Toplanan anket formlarından 21 adedi ciddi eksiklik içerdiğinden analiz dışında bırakılıp, analizler 280 anket formu ile gerçekleştirilmiştir. Ulaşılan örneklem sayısı her iki yaklaşım için de yeterli kabul edilmektedir.

Veri Toplama Araç ve Teknikleri

Araştırmada kullanılan veriler katılımcılardan çevrimiçi anket metodu ile toplanmıştır. Anket formunda katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik 3 ifade (cinsiyet, yaş, gelir) ve satın alma davranışları üzerinde, elektronik ağızdan ağıza iletişimin belirleyicilerinin etkisini belirlemek üzere 21 ifade yer almaktadır. Katılımcıların ilgili ifadelere katılım düzeylerini ölçmeye yönelik 5'li Likert ölçeği kullanılmıştır. (1= Kesinlikle Katılmıyorum, 5= Kesinlikle Katılıyorum). Ölçeklerdeki ifadeler, literatürde yer farklı çalışmalara dayanarak oluşturulmuş olup, Türkçe'ye uyarlanması, güvenilirlik ve geçerlilikleri gerçekleştiren ise Zorlu ve Uzgören (2020)'dir.

BULGULAR ve YORUM

Bu bölüm araştırma örnekleme dair tanımlayıcı istatistikler, toplanan veri setine ilişkin normallik testi ve güvenilirlik analizleri, korelasyon analizi ve araştırma hipotezlerinin çoklu doğrusal regresyon analizi ile test edilmesini içermektedir.

Örnekleme İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

Çalışmada, Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi Manyas MYO’da öğrenim gören 301 öğrenciden veri toplanmıştır. Ancak toplanan formlardan 21 tanesi tamamlanamayacak kadar ciddi eksiklik içerdiğinden analiz dışı bırakılmış, kalan 280 anket analize dahil edilmiştir. Bu doğrultuda anket uygulamasına katılanların demografik dağılımları Tablo 2’de sunulmuştur.

Tablo 2. Örnekleme İlişkin Demografik Bilgiler

Cinsiyet	Sayı	Yüzde		Aylık Gelir (TL)	Sayı	Yüzde
Kadın	180	64,3		0-2000	210	75
Erkek	100	35,7		2001-3000	30	10,7
Toplam	280	100		3001-4000	10	3,6
				4001-5000	8	2,9
Yaş	Sayı	Yüzde		5001 ve üzeri	22	7,9
18 -20	98	35		Toplam	280	100
21-23	155	55,4				
24 ve üzeri	27	9,6				
Toplam	280	100				

Araştırmaya katılan 280 öğrencinin tanımlayıcı istatistikleri incelendiğinde, %64,3’ünün kadınlardan, %35,7’sinin ise erkeklerden oluştuğu görülmüştür. Katılımcıların çoğunluğu 21-23 yaş aralığında bulunurken (%55,4), %35’inin 18-20 yaş, %9,6’sının ise 24 yaş ve üzeri grupta olduğu izlenmiştir. Buna ek olarak, öğrencilerin aylık eline geçen para miktarında ise %75 ile 0-2000 TL arası grubun en yüksek oranı oluşturduğu izlenmiştir.

Veri Setine İlişkin Normallik Testleri

Parametrik testler gibi istatistiksel analizlerin gerçekleştirilebilmesi için toplanan verilerin normal veya normale yakın bir dağılım sergilemesi gerekmektedir (Gürbüz ve Şahin, 2017). Çünkü parametrik testler için karşılaştırılması yapılacak grup varyanslarının benzer olmasıyla beraber, verilerin de normal dağılım göstermesi gerekir (Geisser ve Johnson, 2006).

Toplanan verilerin normallik kriterine göre incelenmesi için Kolmogorov-Smirnov veya Shapiro-Wilk testleri kullanılabilir. Bu testlerin sonuçlarının

anamlı olması, verinin normal dağılmadığını göstermektedir (Gürbüz ve Şahin, 2017). Ancak diğer bir taraftan, sosyal bilimlerde verilerin genellikle normal dağılım özelliği gösteremediği çeşitli araştırmalarda ortaya konulmuştur (Barnes vd., 2001). Bu sebeple, verilere ait çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) değerleri incelenmektedir. Literatürde basıklık ve çarpıklık değerlerinin kabul edilebilir aralıklarıyla ilgi birçok görüş bulunmaktadır. George ve Mallery (2010) basıklık ve çarpıklık değerlerinin 2'den büyük ve -2'den küçük olmaması gerektiğini kabul etmektedir. Kline (2011) ise, bir dağılımın normallik varsayımının kabul edilebilmesi için çarpıklığın mutlak değerinin 3, basıklığın ise 10 değerinden küçük olmasının yeterli olduğunu savunmaktadır.

Tablo 3. Verilere İlişkin Normallik Testi Sonuçları

İfadeler	Kolmog.Smir.		Shapiro-Wilk		Çarpıklık		Basıklık	
	Değer	p.	Değer	p.	Değer	SE	Değer	SE
YorumS1	,202	,000	,900	,000	-0,143	0,146	-0,588	0,290
YorumS2	,294	,000	,823	,000	-0,809	0,146	1,595	0,290
YorumS3	,293	,000	,824	,000	-0,165	0,146	-0,232	0,290
YorumS4	,271	,000	,802	,000	-0,044	0,146	-0,835	0,290
YorumS5	,287	,000	,855	,000	-0,355	0,146	-0,314	0,290
YorumS6	,282	,000	,840	,000	-0,81	0,146	1,063	0,290
YapanaG1	,243	,000	,839	,000	-0,209	0,146	0,572	0,290
YapanaG2	,261	,000	,854	,000	-0,181	0,146	0,52	0,290
YapanaG3	,246	,000	,856	,000	-0,289	0,146	0,426	0,290
YapanaG4	,240	,000	,847	,000	-0,341	0,146	0,73	0,290
YorumK1	,254	,000	,842	,000	-0,475	0,146	0,868	0,290
YorumK2	,267	,000	,866	,000	-0,661	0,146	0,07	0,290
YorumK3	,296	,000	,816	,000	-0,298	0,146	-0,014	0,290
YorumaG1	,307	,000	,827	,000	-0,069	0,146	1,02	0,290
YorumaG2	,343	,000	,803	,000	0,55	0,146	0,444	0,290
YorumaG3	,284	,000	,779	,000	-0,545	0,146	1,923	0,290
YorumaG4	,232	,000	,859	,000	-0,029	0,146	-0,855	0,290
SatınAD1	,272	,000	,866	,000	-0,643	0,146	0,246	0,290
SatınAD2	,267	,000	,831	,000	-0,827	0,146	1,249	0,290
SatınAD3	,272	,000	,859	,000	-0,317	0,146	-0,368	0,290
SatınAD4	,259	,000	,843	,000	-0,405	0,146	0,324	0,290

Açıklama: SE = Standart hata, p= Anlamlılık, YorumS=Yorum sayısı, YapanaG= Yorum yapana duyulan güven, YorumK= Yorum kalitesi, YorumaG= Yoruma duyulan güven, SatınAD= Satın alma davranışı.

Tabloda 3'te yer alan veriler incelendiğinde, çarpıklık değerlerinin -0,827 ile +0,550 arasında, basıklık değerlerinin ise -0,855 ile +1,923 arasında değer aldığı görülmektedir. Sonuçlar veri dağılımının normallik varsayımını

sağladığını göstermektedir. Bu nedenle, herhangi bir ifadenin ölçekten çıkarılmasına gerek olmayıp, parametrik testlerin yapılmasında da ön koşulun sağlandığı sonucuna ulaşılmıştır.

Güvenilirlik Analizleri

Hipotez testlerinden önce araştırılması gereken diğer bir konu ölçek güvenilirliğidir. Güvenilirlik, ölçme aracının benzer koşullar altında yapılan diğer ölçümlerden elde edilen değerlerinin kararlılığının bir göstergesi olup, hesaplanmasında en çok kullanılan yöntemlerin başında Cronbach Alfa katsayısı gelmektedir (Lorcu, 2015). Diğer bir deyişle, Cronbach Alfa katsayısı ölçekte bulunan ifadelerin/maddelerin iç tutarlılığının bir ölçüsüdür. Alfa katsayısı ne kadar yüksekse; ölçekte bulunan ifadeler o ölçüde birbirleri ile tutarlı olup, aynı özellikleri gösterdikleri ve birlikte çalıştıkları anlamını taşımaktadır (Alpar, 2014). Cronbach Alfa katsayısı, aldığı değerlere göre şu şekilde yorumlanmaktadır (Lorcu, 2015).

- $0 \leq \alpha \leq 0,40$ ise ölçek güvenilir değildir.
- $0,40 < \alpha \leq 0,60$ ise ölçeğin güvenilirliği düşüktür.
- $0,60 < \alpha \leq 0,80$ ise ölçek oldukça güvenilir.
- $0,80 < \alpha \leq 1$ ise ölçek yüksek derecede güvenilir.

Tablo 4. Ölçeğe İlişkin Güvenilirlik Katsayıları

Ölçek	Alt Boyut	İfade Sayısı	Cronbach's Alpha
Tüketicilerin Satın Alma Davranışını Etkileyen Elektronik Sözel İletişimin Belirleyicileri	Yorum sayısı	6	84,5
	Yorum yapana duyulan güven	4	77,1
	Yorum kalitesi	3	62,7
	Yoruma duyulan güven	4	77,3
	Satın alma davranışı	4	85,9

Tablo 4'te ölçeğin Cronbach Alfa katsayısına ilişkin değerleri sunulmuş olup, tüm değerlerin kritik eşik olan 0,60'ın üzerinde olduğu görülmektedir.

Korelasyon Analizi

Yorum sayısı, yorum yapana duyulan güven, yorumun kalitesi, yoruma duyulan güven ve satın alma davranışı değişkenleri arasındaki ilişkileri incelemek için Pearson Korelasyon Analizinden yararlanılmıştır. Korelasyon

kat sayısının aldığı değer ilişkinin büyüklüğünü gösterirken, negatif veya pozitif olması ise ilişkinin yönüne işaret etmektedir. Analiz sonucunda elde edilen değerler için, 0 ile $\pm 0,30$ arası düşük, $\pm 0,31$ ile $\pm 0,70$ arası orta ve $\pm 0,71$ ile ± 1 arası ise yüksek düzeyde ilişkinin varlığını göstermektedir (Büyüköztürk, 2006).

Tablo 5. Korelasyon Analizi Sonuçları

	SatınALM	YorumS	YapanaG	YorumK	YorumaG
SatınALM	1,000				
YorumS	,722**	1,000			
YapanaG	,606**	,671**	1,000		
YorumK	,690**	,796**	,700**	1,000	
YorumaG	,591**	,598**	,741**	,627**	1,000

** . $p < 0.01$; $n = 280$

Tablo 5’te yer alan korelasyon istatistiklerine göre, satın alma davranışı ile yorum sayısı ($r=0,722$; $p<0,01$) arasında yüksek; yorum yapana duyulan güven ($r=0,606$; $p<0,01$), yorum kalitesi ($r=0,690$; $p<0,01$) ve yoruma duyulan güven ($r=0,591$; $p<0,01$) arasında ise orta düzeyde ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmaktadır.

Araştırmanın Hipotezlerinin Test Edilmesi

Araştırma için oluşturulan hipotezlerin test edilmesi için SPSS 23 paket programı yardımıyla çoklu doğrusal regresyon analizinden yararlanılmıştır. Tablo 6’ya göre kurulan model istatistiksel olarak anlamlıdır ($F=94,988$; $p<,05$). Yapılan regresyon analizi sonucuna göre; yorum sayısı, yorumun kalitesi ve yoruma duyulan güvenin satın alma davranışına pozitif yönde anlamlı bir etkisinin olduğu görülmektedir. Birden fazla bağımsız değişken için modelin açıklama gücü olarak ifade edilen düzeltilmiş R^2 değeri 0,574 olarak hesaplanmıştır. Bu değer, satın alma davranışı değişkeninin (varyansın) %57,4’ünün modeldeki bağımsız değişkenler tarafından açıklandığını göstermektedir.

Tablo 6. Elektronik Sözel İletişimin Belirleyicilerinin Satın Alma Davranışını Yordamasına İlişkin Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi Sonuçları

Değişkenler	Standartlaştırılmamış		Standartlaştırılmış	t	p	Eşdoğrusallık	
	B	Std. Hata	Beta			Tolerans	VIF
(sabit)	,119	,191		,619	,536		
YorumS	,484	,079	,412	6,140	,000	,339	2,948
YapanaG	,056	,076	,048	,731	,466	,348	2,874
YorumK	,253	,080	,222	3,176	,002	,311	3,211
YorumaG	,202	,072	,169	2,819	,005	,425	2,351

Bağımlı değişken: satın alma davranışı

R= ,762 / R²= ,580 / R² (düzeltilmiş)= ,574 / F= 94,988,643 / p= ,00<,05

Çoklu bağlantı riskine karşılık VIF değerlerinin de değerlendirilmesi gerekmektedir. Gujaranti (2009) göre VIF değerleri için, 10 eşik değer olarak kabul edilmektedir. Değerlerin eşik değeri aşmaması nedeniyle çoklu bağlantı olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Beta katsayıları incelendiğinde; yorum sayısı ($\beta=0,484$; $p<0,05$), yorum kalitesi ($\beta=0,253$; $p<0,05$), yoruma duyulan güven ($\beta=0,202$; $p<0,05$) boyutlarının istatistiksel olarak anlamlı katkısının olduğu tespit edilmiştir. Buna göre yorum sayısı boyutundaki bir birimlik değişim satın alma davranışında %48,4'lük bir değişime; yorum kalitesi boyutundaki bir birimlik değişim satın alma davranışında %25,3'lük bir değişime; yoruma duyulan güven boyutundaki bir birimlik değişim satın alma davranışında %20,2'lik bir değişime neden olmaktadır. Yorum yapana duyulan güven boyutunun ($p>0,05$) ise satın alma davranışına istatistiksel olarak anlamlı bir katkısının olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu nedenle, H₂, H₃, H₄ hipotezleri kabul edilirken; H₁ hipotezi ise reddedilmiştir.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Bu çalışmanın amacı elektronik sözel iletişimin satın alma davranışı üzerindeki etkisinin belirleyicilerinin üniversite öğrencileri örnekleminde araştırılmasıdır. Bu kapsamda yoruma güven, yorum yapana güven, yorum sayısı ve yorumun kalitesi boyutları araştırma kapsamına alınmıştır. Çalışmanın sonuçlarına göre ilgili örneklem grubu için yoruma güven, yorum sayısı ve yorumun kalitesi boyutlarının satın alma davranışının belirleyicileri olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Mevcut çalışma yoruma duyulan güven boyutu açısından Ladhari ve Michaud (2015) ve Saleem ve Ellahi'nin (2017) çalışmalarıyla, yorum sayısı boyutu açısından Park vd. (2007) ve Huyen ve Castello'nun

(2017) çalışmalarıyla, yorum kalitesi boyutu açısından ise Tsao ve Hsieh (2015) ve Zorlu ve Uzgören (2020) çalışmalarıyla paralellik göstermektedir.

Olumlu ve olumsuz elektronik sözel iletişim işletmeler için hem fırsat hem de tehdit olabilmektedir. Bu nedenle, işletmeler sosyal paylaşım sitelerindeki elektronik sözel iletişim sürecini dikkatlice kontrol etmeli ve yönetmelidir. Elektronik sözel iletişimi ve dolayısıyla satın alma niyetini etkileyen faktörleri derinlemesine anlamak, müşterilerin olumlu sözel iletişimde bulunma ihtimalini güçlendirecektir. Diğer bir taraftan, işletmeler çevrim için ortamda müşterilerin olumsuz sözel iletişim faaliyetlerinin yönetilmesi ve müşteri şikayetlerinin cevaplanması için yapay zekanın (örn: ChatGPT) sağladığı avantajlardan da yararlanabilir (Koc vd., 2023).

Çalışmanın sınırlı bir örneklem grubunda gerçekleştirilmesinden dolayı, gelecek çalışmaların farklı özelliklerdeki örneklem gruplarıyla tekrarlanması önerilmektedir. Buna ek olarak, literatürde önerilen yorumun kullanışlılığı, yorum valansı, ürüne karşı tutum, web sitesine karşı tutum, yorum yapanın uzmanlığı gibi diğer satın alma davranışının belirleyicilerinin etkisi gelecek çalışmalarda araştırılabilir.

REFERANSLAR

- Aerts, G., Smits, T., ve Verlegh, P. (2017). How online consumer reviews are influenced by the language and valence of prior reviews: A construal level perspective. *Computers in Human Behavior*, 75, 855–864.
- Agag, G., ve El-Masry, A. A. (2016). Understanding consumer intention to participate in online travel community and effects on consumer intention to purchase travel online and WOM: An integration of innovation diffusion theory and TAM with trust. *Computers in Human Behavior*, 60, 97–111.
- Ai, J., Gursoy, D., Liu, Y., ve Lv, X. (2022). Effects of offering incentives for reviews on trust: Role of review quality and incentive source. *International Journal of Hospitality Management*, 100, 103101.
- Akyuz, A. (2013). Determinant factors influencing eWOM. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 4(11), pp.159–166.
- Alpar, C. (2014). *Spor, Sağlık ve Eğitim Bilimlerinden Örneklerle Uygulamalı İstatistik ve Geçerlilik Güvenilirlik SPSS'de Çözümleme Adımları ile Birlikte*, (3b.), Detay Yayıncılık, Ankara.
- Berger, J (2014). Word of mouth and interpersonal communication: A review and directions for future research. *Journal of Consumer Psychology*, 24(4), 586-607.
- Büyüköztürk, Ş. (2006). *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı*, Pagem Yayınları, Ankara.
- Cakim, I. (2009). *Implementing word of mouth marketing: Online strategies to identify influencers, craft stories, and draw customers*. John Wiley & Sons, New Jersey.
- Cantallops, A. S., ve Salvi, F. (2014). New consumer behavior: A review of research on eWOM and hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 36, 41-51.
- Chen, C. W., Chen W. C., ve Chen W. K. (2014). Understanding the effects of eWOM on cosmetic consumer behavioral intention. *International Journal of Electronic Commerce Studies*, 5(1), 97–102.
- Chen, J., Teng, L., Yu, Y., ve Yu, X. (2016). The effect of online information sources on purchase intentions between consumers with high and low susceptibility to informational influence. *Journal of Business Research*, 69(2), 467–475.
- Eaton, J. (2006). *E-Word-Of-Mouth-Marketing*, Teaching Module University of Arizona, USA.

- Erkan, I., ve Evans, C. (2016). The influence of eWOM in socialmedia on consumers' purchase intentions: An extended approach to information adoption. *Computers in Human Behavior*, 61, 47–55.
- Erkan, I., ve Evans, C. (2018). Social media or shopping websites? The influence of eWOM on consumers' online purchase intentions. *Journal of Marketing Communications*, 24 (6), 617–632.
- Geisser, S., ve Johnson, W. (2006). *Modes of Parametric Statistical Inference*. John Wiley & Sons, New Jersey.
- George, D., ve Mallery, M. (2010). *SPSS for Windows Step by Step: A Simple Guide and Reference*. 17.0 update (10a ed.) Pearson, Boston.
- Gretzel, U., ve Yoo, K. H. (2008). Use and Impact of Online Travel Reviews. *Information and Communication Technologies in Tourism*, 2008, 35–46.
- Gujarati, D. (2009). *Basic Econometrics*, Noida, India: Tata McGraw-Hill Education.
- Gürbüz, S., ve Şahin, F. (2017). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*, Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Halim, R. E., Rahmani, S., Gayatri, G., ve Sutarso, Y. (2022). The effectiveness of product sustainability claims to mitigate negative electronic word of mouth (N-eWOM), *Sustainability*, 14(5), 2554.
- Hu, N., Bose, I., Koh, N. S., ve Liu, L. (2012). Manipulation of online reviews: An analysis of ratings, readability, and sentiments. *Decision Support Systems*, 52(3), pp.674-684.
- Hussain, S., Huang, K., Ilyas, Z., ve Niu, B. (2020). Exploring the Novel Input Attributes Affecting eWOM. *Frontiers in Psychology*, 11, 1–11.
- Huyen, T., ve Costello, J. (2017). Quality versus quantity: an investigation into electronic word of mouth's influence on consumer buying intention. *Journal of Promotional Communications*, 5(2) 137-155.
- Jalilvand, M. R., ve Samiei, N. (2012a). The effect of electronic word of mouth on brand image and purchase intention: An empirical study in the automobile industry in Iran. *Marketing Intelligence and Planning*, 30(4), 460–476.
- Jalilvand, M. R., ve Samiei, N. (2012b). The impact of electronic word of mouth on a tourism destination choice: Testing the theory of planned behavior (TPB). *Internet Research*, 22(5), 591–612.
- Jeong, H. J., ve Koo, D. M. (2015). Combined effects of valence and attributes of e-WOM on consumer judgment for message and product: The moderating effect of brand community type. *Internet Research*, 25(1), 2-29.

- Kline, R. B. (2011). *Principles and Practice of Structural Equation Modelling, 3rd.Edition*, Guilford Press, NY.
- Koc, E., Hatipoglu, S., Kivrak, O., Celik, C., ve Koc, K. (2023). Houston, we have a problem!: The use of ChatGPT in responding to customer complaints. *Technology in Society*, 102333.
- Lee, H. M., Zhang, P., ve Mehta, M. R. (2022). Effect of competitors' ewom in the mobile game market. *Journal of Computer Information Systems*, 62(1), 196-204.
- Lee, Y. J., Keeling, K. B., ve Urbaczewski, A. (2019). The economic value of online user reviews with ad spending on movie box-office sales. *Information Systems Frontiers*, 21, 829-844.
- Lin, X., Featherman, M., Brooks, S. L., ve Hajli, N. (2019). Exploring gender differences in online consumer purchase decision making: An online product presentation perspective. *Information Systems Frontiers*, 21, 1187-1201.
- Lopez, M., ve Sicilia, M. (2014). Determinants of E-WOM influence: The role of consumers' internet experience. *Journal of theoretical and applied electronic commerce research*, 9(1), 28-43.
- Lorcu, F. (2015). *Örneklerle Veri Analizi SPSS Uygulamalı*. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Mangold, W. G., ve Faulds, D. J. (2009). Social media: The new hybrid element of the promotion mix. *Business horizons*, 52(4), 357-365.
- Park, D. H., Lee, J., ve Han, I. (2007). The effect of on-line consumer reviews on consumer purchasing intention: The moderating role of involvement. *International journal of electronic commerce*, 11(4), 125-148.
- Plotkina, D., ve Munzel, A. (2016). Delight the experts, but never dissatisfy your customers! A multi-category study on the effects of online review source on intention to buy a new product. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 29, 1-11.
- Roy, G., Datta, B., Mukherjee, S., ve Shrivastava, A. K. (2022). Systematic review of eWOM literature in emerging economy using ACI framework. *International Journal of Emerging Markets*.
- Ruiz-Mafe, C., Chatzipanagiotou, K., ve Curras-Perez, R. (2018). The role of emotions and conflicting online reviews on consumers' purchase intentions. *Journal of Business Research*, 89, 336-344.
- Shirsavar, H. A., Gilaninia, S., ve Almani, A. M. (2012). A study of factors influencing positive word of mouth in the Iranian banking industry. *Middle-East Journal of Scientific Research*, 11(4), 454-460.

- Tata, S. V., Prashar, S., ve Gupta, S. (2020). An examination of the role of review valence and review source in varying consumption contexts on purchase decision. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 52, 101734.
- Tsao, W. C., ve Hsieh, M. T. (2015). eWOM persuasiveness: do eWOM platforms and product type matter?. *Electronic Commerce Research*, 15, 509-541.
- Umeogu, B. (2012). Source credibility: a philosophical analysis. *Open journal of philosophy*, 2(02), 112-115.
- Silverman, G. (2011). *Secrets of word-of-mouth marketing: how to trigger exponential sales through runaway word of mouth*. Amacom, USA
- Yang, L., Cheng, Q., ve Tong, S. (2015). Empirical study of eWOM's influence on consumers' purchase decisions. Editörler: H. Yang, S. Morgan, ve Y. Wang. *The Strategies of China's Firms: Resolving Dilemmas*. 123–135.
- Zhao, X., Wang, L., Guo, X., ve Law, R. (2015). The influence of online reviews to online hotel booking intentions. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 27(6), 1343-1364.
- Zorlu, N., ve Uzgören, E. (2020). Elektronik ağızdan ağıza iletişimin tüketicilerin satın alma davranışları üzerindeki etkisinin belirleyicileri: üniversite öğrencileri üzerinde bir araştırma. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (63), 107-130.

105. Bölüm

Ekofeminizm: Toplumsal Cinsiyet Bakış Açısı ile Ataerkillik İlişkisi

Sema SANCAK¹

Feran AŞUR²

1 Öğr. Gör.; Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Kadın ve Aile Çalışmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi.
semasancak@yyu.edu.tr ORCID: 0000- 0002-0717-5693

2 Doç. Dr.; Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Mimarlık ve Tasarım Fakültesi Peyzaj Mimarlığı Bölümü.
feranekasur@gmail.com ORCID: 0000-0001- 9480-5536

ÖZET

Bu araştırma, ataerkil yapının toplumsal cinsiyet üzerine oluşturduğu olumsuz etkileri belirlemek, kadınlar ve doğa üzerindeki baskıcı tutumları göz önüne sermek ve bu konudaki sömürünün engellenebilmesi için farklı bakış açıları oluşturmak amacıyla yapılmıştır. Farklı feminist bakış açılarının çevre yaklaşımları ile biraraya gelmesinden oluşan ekofeminizm, kadın ve doğanın sömürülmesi olarak hayatımızdaki yerini almıştır. Bu kavramın anlaşılması, çevre yaklaşımlarına en güçlü karşı duruşu sergilemektedir. Ekofeminizm içinde teorik ve politik düzeyde yapılan en önemli tartışmalardan biri ataerkillik konusudur. Ataerkil yapı kapitalist sistemle birlikte hem çevreyi hem de kadını olumsuz etkilediği sürece, sürdürülebilir bir çevre politikasından bahsetmek oldukça zordur. Kadınlarla ilişkilendirilen (nazik, merhametli ve şiddetten uzak olma) durumları ataerkil yapı tarafından küçüksenmekte hatta bu durum güçsüzlük olarak nitelendirilmektedir. Ancak bu söylemler doğru değildir.

Sonuç olarak; ataerkil toplumda erkekler hem kadınlar hem de çevre üzerinde tahakküm kurmaya çalışmaktadır.

Anahtar Kelime: Çevre, kadın, ekofeminizm, ataerkillik, toplumsal cinsiyet rolü

1. GİRİŞ

Çevre, insanın doğduğu, büyüdüğü, canlı ve cansız varlıklar ile etkileşim içinde bulunduğu bir sistemler bütünüdür. Bu döngü içinde gelişen çevre kirliliği de tüm dünyada her geçen gün artmaktadır. Doğadaki düzenin sağlanabilmesi için ekolojik dengeyi oluşturan zincirde bir kopuş olmaması gerekir. Aksi takdirde bu denge bozulur ve önemli çevre sorunları oluşabilir.

Son yıllarda kırsal alanlarda yapılan yatırımlar çevreye ve dolayısıyla da çevreyle yoğun ilişki içerisinde bulunan köylülerin yaşam kalitesine zarar vermektedir. İnsanlar çevrede oluşan bu zararlara karşı, bazen tepkisel davranışlar sergilemişler bazen de toplumsal direnişler ortaya koymuşlardır. Direnişlerde doğal alanların korunmasının yanında, kadınların ön saflarda bulunduğu sistem karşıtı duruşlar dikkat çekmektedir. Ataerkil yapı ve neoliberal politikaların oluşturduğu işbirliği içinde, kadınların çevreyi korumaya yönelik hareketin perde arkasında görünen unsurların ve çevreyi korumaya yönelik kadınların tecrübeleri feminist bir açıdan incelenmesi çok kıymetlidir (Yılmaz, 2019:6). Toplumsal cinsiyet rolleri, geçmişten günümüze kadar ataerkil sistem içinde var olmuştur. Toplumsal cinsiyet coğrafya, kültür ve yaşanan zamana göre rol ve davranışların bütününü ifade etmektedir (Ataman, 2009:1). Toplum içinde kadın ve erkeğin rolleri cinsiyet ilişkilerini belirlediği gibi, insanların sadece kendi kendine yeten “birey” olarak görülmesini engelleyen insanları “cinsiyet kalıpları” içine sokan ve kişiler üzerine de o kalıpları giydirme gayreti içine girdiği görülmektedir. Zamanla ve ülkeden ülkeye değişiklik gösteren bu dinamik yapı ile toplumsal cinsiyet kalıplarının kemikleşmiş yapısı, kadın ve erkek arasında eşit olamayan hiyerarşik yapının güçlenerek sürdürülmesine sebep olmaktadır. Bu toplumsal yapı içerisinde yaşayan erkekler aktif ve başarılı olarak görülürken, kadınlar ise aktif olmayan ve ikincil olarak kodlanmaktadır (Caranny-Francis, 2002:1-4). Ataerkil toplumlarda erkek gücü elinde tutmaktadır. Sahip olduğu kudreti kadınların üzerinde kullandığı gibi çevreyi de hükmü altına almaya devam etmektedir.

2. EKOFEİMİZME GENEL BİR BAKIŞ

Kadınların özgürlük ve eşitlik mücadelesini ifade eden feminizm birbirinden farklı inanışları bünyesinde toplayan bir görüştür. Ekofeminizm, insan ve çevre ilişkisi ile kadın ve erkek davranışını incelemektedir. Ekofeminizm, çevrenin birbiriyle ilişkili hükmetme şekilleri, kadın cinselliğinin baskı altında tutulması, insanın insan tarafından istismar edilmesi ve çevrenin ataerkil ve kapitalist sisteminin biçim değiştirilmeye çalışılması ile kadınların bu düzende etki altına alınmasına ilişkin tarihsel konumlarının analiz edilmesini kapsamaktadır (Berktaş, 2020:18- 19).

Eko-feministler sadece çevre ve kadının çift itaat ettirilerek ikisinin aynı sömürüden olumsuz etkilendiğini tartışmamakta, bunun yıkıcı sonuçlarına dahi çözüm arayışında bulunmamaktadırlar. Ataerkil düzenin özünde, doğanın ve kadının insana hizmet etmesi gerektiği fikri yaygındır. Ancak ekolojik düşüncenin özünde, kadın ve erkek prensiplerinin eksiksiz ve iki zıt kuvvetin etkileşim uyumuna dayanmaktadır (Güzel, 2020a:101). Ataerkil yapı, çevre ve kadın arasında kurduğu benzerlik ile kadının doğasına ilişkin erkek peşin hükmün ve kemikleşmiş hipotezlerin çevre kuralları olarak kabul edilmesini sağlamıştır. Kadının ve çevrenin her ikisinin de kontrol altına alınıp ehilleştirilmesini meşrulaştırmıştır.

3. EKOFEMİNİZM VE DOĞA ARASINDAKİ İLİŞKİ

Dünyanın gücünü elinde tutmaya çalışan ataerkil kapitalist düzenin farkına varmadığı gerçek, çevre sorunlarının ekolojik krizin tamir edilemez boyutlara geldiğinin farkına varılamamasıdır. Ekonomik, sosyal, kültürel ve siyasi çeşitli eşitsizliklerin insanoğlunu kıyametin en üst seviyesine yaklaştırdığını bunun da dünyanın sonu olacağını belirtilmektedir (Güzel, 2020b:69). Yeryüzünde yaşayan insan dışındaki tüm varlıklarla onu birbirinden ayıran en önemli çevresel ayırım, insanların ekolojik çevre şartlarını kendi isteği doğrultusunda değiştirerek hükmü altına alması ve etkilemesidir (Çepel, 1992:141). İnsanlar binlerce yıldan beri dünyayı kendi yararları yönünde değiştirmeye çalışmışlardır. İlk başlarda doğal düzen fazla değişmemiş ve ekosistem ekolojik denge içinde yapı ve işlevini koruyabilmiştir. Dünyadaki insan sayısının yetersizliği teknolojik faktörlerin çevreyi olumsuz etkileyecek kadar gelişmemiş olması ve dünyadaki yaşamın üst seviyede olmaması çevreyi koruyan önemli faktörler arasında yer almaktadır. Ancak, insanın doğaya egemen olma anlayışı geliştikçe çevredeki tahribat yayılmış sonunda atmosferin bütün kademelerinde gittikçe artan bir şekilde hayat standardı giderek zorlaşmıştır. İnsanın doğaya egemen olma boyutları genişledikçe doğa tahribi artmış. Bu şekilde çevreye bilinçsizce müdahale edilmesi ekonomik, sosyal ve çevresel sorunların artmasına neden olmuştur (Çanakçıoğlu, 2011:18).

Birleşmiş Milletler Çevre Programı (UNEP) ile Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD) yeşil büyüme kavramını, çevre koruyucu olumlu gelişmelere etki edecek faktörlerin yatırıma öncelik veren bir bakış açısını benimsemişlerdir (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2012). Yeşil büyüme; ekosistemlerin düzenini koruyan, refahı ve sosyal eşitliği artıran, düşük karbonlu üretimi destekleyen ve çevre farkındalığının gelişmesine hizmet eden bir anlayıştır. Bu anlayış dünya ülkelerinin daha önceki kalkınma modellerini bırakarak çevre dostu olan ve kıt kaynakları idareli kullanan başka yeni modellere

geçmesi konusuna dikkat çekmeyi amaçlamaktadır (Çanakçıoğlu, 2011:18).

Küreselleşme ile birlikte de dünyada ve ülkemizde gelişen ve değişen bütün alanları neoliberalizmden ayrı düşünmemek gerekmektedir. Neoliberalizm, küreselleşmenin ekonomik boyutu olarak ortaya çıkmış ve devletin ekonomik anlamda kamusal hizmetlerin özel sektöre devredilmesini ve böylelikle devletin üzerinde bulunan birçok hizmet alanının devletin denetiminden çıkmasını öngören ekonomik bir politikadır. Neoliberalizm sadece ekonomik alanı değil toplumsal hayatın tüm alanlarını etkilemektedir. Çünkü ekonomik düzen tüm dünyayı etkisi altına almıştır. Kapitalist sisteme göre çevre, toplum yaşamının çeşitli alanlarında sermaye birikimine katkı sağlayabilen bir alandır. Dolayısıyla çevre, neoliberal küreselleşme sürecinde sermayeleştirilmektedir. Neoliberalizm çok çabuk gelişen ve büyürken güçlenen bu yapı çevre açısından yıkıcı olmaktadır. Kırsal alanlarda çevre, rant elde etme sebebiyle tahrip edilirken bu yıkımlar zamanla dünyanın hemen her yerinde olumsuz çevre koşullarının ortaya çıkmasına ve ekolojik krizin büyümesine yol açmaktadır. Dünyanın ısınma eğiliminde olması, iklim değişikliğinin dünya genelinde yaşamı tehdit eden ciddi sorunlar oluşturması, ekolojik kriz seviyesinin küresel ölçekte ele alınması ve çözüm odaklı modellerin geliştirilmesi gerekmektedir. Ayrıca doğanın sermayeleştirilmesi ve toplumsal hayatı etkisi, sosyolojik bakış açısı ile ele alınması önemlidir. Çevrenin kapitalist sistem aracılığıyla zedelenmesiyle birlikte kırsalda yaşayan çiftçilerin temel geçim kaynakları ve yaşamları değiştirilmektedir. Son zamanlarda oluşan çeşitli yatırımlarla birlikte kırsalda yaşayan köylüler sürece karşı tepki göstererek bir duruş sergilemekte, protesto ve eylemlerle çevrenin korunmasına yönelik çevre direnişleri gerçekleştirmektedirler.

Türkiye’de kırsal alanlarda yapılmakta olan maden ve santral yatırımlarına karşı bu tür direnişler ortaya çıkmış ve halen sürdürülmektedir. Direnişlerde çevreyi korumanın yanı sıra kapitalist sistemin daha çok kazanma hırsına karşıtı bir duruş, gündelik yaşam alanlarını koruma gibi birbirinden ayrılması zor olan olguların iç içe girdiği görülmektedir. Yapılan mücadelelerde kadınların ön saflarda bulunması ayrıca dikkat çektiğinden köylü kadın açısından direnişin arkasındaki faktörler detaylı bir şekilde irdelenmelidir. Ayrıca neoliberalizmin çevreye ve kırsala yansımaları, yaşananların kadınların yaşamlarına etkisi ve sürece karşı başlayan direnişlerde kadınlık deneyimleri sorgulanmalıdır (Yılmaz, 2019:1-5). Çevreyi koruma hareketlerinde kadınlar çocuklarının geleceğini koruma, insanlık adına, ataerkil yapıya kafa tutan bir tavır sergilemektedirler.

Özellikle ormanların yok edilmesine karşı sebebiyle yapılmış çoğu çevre hareketine kaynak olmuş Chipko Hareketi Hindistan’da ortaya çıkmış ve 1970’li yıllarda yayılmaya başlamış bir şiddetsiz çevre hareketidir. Hareketin adı Hintçe de

“sarılmak” anlamına gelen “Chipko” kelimesinden gelmektedir. Protestoların daha çok kadınların ağaçların kesilmesini önlemek amacıyla ormanlarda ağaçlara sarılarak gerçekleşmesi sebebiyle bu ismi aldığı bilinmektedir. Yüzyıllardır ormanlar Hindistan halkı için önemli bir yaşam kaynağı olmuştur. Özellikle orman ve dağ köylerinde yaşayan insanlar ormanlardan yiyecek, yakacak, su ve bitki elde ederek yaşamlarını sürdürebilmek için yararlanmaktadır. Ayrıca ormanlar bölge halkı için kutsal anlam taşımakta; ağaçlar bir tür ailenin üyesi gibi görülmektedir. Ağaçların ve vahşi yaşamın korunması, Vishnoi inancının 29 ilkesinden biri olarak kabul edilir. Bu nedenle ormanlara zarar verilme ve yaşam kaynaklarının yok edilmesi tehlikesi ortaya çıktığında başta kadınlar olmak üzere bölge halkı tepkisini ortaya koyduğu bir çevre hareketi olarak varlığını sürdürmektedir(<https://akademikcevre.com/chipko-hareketi-agaclara-sarilan-kadinlar/> Erişim:20.06.2023).

4. ATAERKİLLİK VE KADIN PSİKOLOJİSİ ÜZERİNE ANALİZLER

Ataerki yapı toplumda kadınların ikincil oluşlarını, ezilmelerine yol açan kurumsal ve sosyo kültürel oluşumları ve geleneksel yapının kurallarını belirleyen erkek gücünü temsil anlamına gelmektedir. Ataerkillik kadının bedeni üzerinde hak iddia eden, denetleyen, sömüren uygulamalar düzenidir. Berktaş’ın belirttiği gibi ataerki yapı, erkek çıkarlarını korurken erkeklerin iradelerinden bağımsız objektif olarak varlığını devam ettirmektedir (Şenel, 2012:247). Ayrıca bu kavram, toplum içinde yaşayan kadın üzerindeki erkek otoritesini pekiştirerek ve arttırarak kadın ve çocuklar üzerinde erkek egemenliğinin meşrulaşması sağlamaktadır. Ataerki yapı erkeğin toplumun önemli kurumlarındaki otoriteyi elinde tuttuğunu ve kadının böyle etkili bir güce ulaşmasını engellediğini göstermektedir. Aristo da erkeğin aktif ve kadının pasif olduğunu iddia ederek benzer bir teoriyi savunmakta, ayrıca akıl yürütme yeteneği, kapasitesi ve karar verme gücünde kadını pasif olarak vasıflandırmaktadır. Kısaca erkek otorite sahibi olduğu ve gücü elinde bulundurduğu için güçlü ve hükmeden, kadının ise herhangi bir değeri olmadığı gibi bayağı ve hükmedilmek için doğmuştur(Learner, 1989:8-11).

Kadınların içinde bulunduğu hiyerarşik yapı ne olursa olsun toplumdaki ezilmişlik durumu ailede başlayan şiddet, baskı, sömürülme, kontrol altında tutulma, hakarete uğrama, tanınmama ve ayrımcılığa uğrama gibi çeşitli şekillerde görülmektedir. Örneğin, ailede erkek çocuk doğduğunda kurban kesilmesi en önemli bir sevinç işaretidir. Ev işlerinin kadınlara ve genç kızlara yüklenmesi, yemeğin güzel ve etli kısımlarının önce erkeklere verilmesi, kadına karşı uygulanan aile içi şiddet, kız çocuklarının eğitim fırsatından, çalışma hayatından ve özgürlükten yoksun bırakılması, erkeğin kadın ve kız çocukları

üzerindeki baskısı, iş hayatında kadına yönelik şiddet, cinsel taciz ve saldırı, kadının karar mekanizmasında yer almaması, kadınlar için mülkiyet hakkının olmaması ile erkeklerin kadın bedeni üzerine biçtiği hakimiyet ataerkilliğe verilebilecek diğer örneklerdir. Kadınların erkeklere göre ikincil sayılması ailede, okullarda, işyerlerinde, sosyal ilişkilerde, medyada ve yasalarda karşılaşılan derin bir yaradır. Bundan dolayı ataerkillik, her an kadınlar üzerinde çıplak gözle görülen erkek hakimiyeti uygulamalarının toplamıdır. Bu bakış açısına göre kadınlar ikincil bir varlık olarak devamlı bir şekilde erkekler tarafından kontrol edilmelidir (Sultana ve ark., 2019:420).

Toplum, sahip olduğu kültürel yapıya göre erkek egemen toplumsal alanı yaratmakta ve bunu kurumsallaştırmaktadır. Bu erkeklik alanı toplum içinde normal kabul edilerek içselleştirilmektedir. Kadınlar, ataerkil sistemde genellikle ev içi alanda tanımlanmakta ve bunlar da ev içi yaşamın barındırdığı annelik ve eş olma rollerini içermektedir. Kadınlar ise sürekli erkeklerin kontrolü altında yaşamaktadır. Kurallar yüzyıllardır ataerkil yapının getirdiği erkekler tarafından belirlenmekte ve kadınlar belirlenen bu kurallara uymak zorunda bırakılmaktadır (Demren, 200:34-35). Çocukluktan itibaren başlayan sosyalleşme sürecinde kız ve erkek çocuklara aktarılan sosyal kurallar, geleneksel kültür içinde devam ederken ataerkil yapı sürdürülmektedir. Örneğin; toplumsal cinsiyet rollerine dayalı iş bölümünün içselleştirilmiş olması ve kadının iş hayatında yer almasına rağmen ev içindeki görevleri aksatmadan yerine getirmesi beklenmektedir (Adak, 2007:143-149).

Ataerkillik, kadınların yükselmesi ve gelişmesi önündeki en büyük engellerden biridir. Yasalarda kadın haklarının korunmasına yönelik maddeler yer almasına rağmen güç erkeğin elindedir. Kadının gelişimi için feminist bakış açılarının geliştirilmesi ve canlı tutulması gerekmektedir. Kadınların gayretleri ile ilerlediği dünyada, ataerkil yapı kadınların karşısına engeller çıkarmaktadır. Çünkü ataerkil yapı ve sosyal ilişkiler ağı, kadınların hor görülmesine neden olmaktadır. Ataerkil yapı, erkeklere tartışmasız bir öncelik verirken kadınları geri plana itelemiştir. Kadının insan hakları noktasında sınırlı bir bakış açısı getirmektedir. Ataerkil yapı toplumun bütün alanlarında erkek egemenliğine işaret etmektedir. Bundan dolayı feministler ataerkil yapı kavramını, erkekler ve kadınlar arasındaki güç ilişkilerini tanımlamanın temel nedenlerini ortaya çıkarmak için kullanmaktadır (Sultana ve ark., 2019:417).

Kadın ve erkek arasındaki eşitsizlikleri inceleyen psikanalitik feminizm, 1970'lerden itibaren cinsiyetle ilgili alanda yaşananlarla mücadele eden bir feminizm türü olarak ortaya çıkmıştır. Sigmund Freud, 1900'lü yılların başından itibaren insanı konu alan özgün fikirler ortaya koymuştur. Freud'un penisten yoksun olan kadının erkekten aşağı olduğu düşüncesini içeren erkek ve kadına

yönelik olarak ortaya koyduğu psikolojik çözümlemeler Lacan, Derrida ve Foucault gibi düşünürler tarafından sert eleştirilere maruz kalmıştır. Bu düşünürler, Freud'un geleneksel anlayışla kadını algıladığını, çevresinden gördüğü ve duyduğu "kadını" yaşama göre kadını tanımladığını ve Freud'un ataerkil bir bakış açısıyla kadına yaklaştığını belirtmişlerdir (Işık, 2021:322).

Psikanalistlerin bu eleştirileri ataerkil yapıyı savunanları rahatsız etmiş ve bu durum feministlerin aile kurumunu yozlaştırdıkları suçlamasıyla karşılaşmalarına neden olmuştur. Freud'un kadına ikinci sınıf algısıyla yaklaştığını ve kadınları aşağılarken erkekleri de yücelttiğini anlamak hiç de zor değildir (Işık, 2021:322).

Psikanalist feministlere göre, erkek egemen anlayışın kadın hakkındaki düşünceleri ve değerlendirmeleri biyolojik faktörlerden ziyade kültürel faktörlere dayanmaktadır Cinsel farklılıkların biyolojik ve varoluşçu ifadelerle yer değiştirdiği ve erkeğin kadına yönelik olan bu algısının doğuştan değil toplumsal yaşam içinde sonradan ortaya çıktığı ileri sürülerek Freud'un kadın hakkındaki eksik, tek taraflı ve yanlı düşünceleri eleştirilmiştir (Işık, 2021:35). Çünkü böyle bir cinsiyetçi bakış açısı bütünüyle erkeği üstün görmekte ve kadınlara ataerkil yapı dayatılmaktadır.

5. TOPLUMSAL CİNSİYET VE KADIN ÇEVRE ETKİLEŞİMİ

Toplumsal cinsiyet rolleri yüzyıllardır kadının toplumda hiyerarşik sıralanmasının şekillenmesinde etkili bir unsur olarak kabul görmektedir. İnsan doğduğunda var olan toplum kurallarını benimseyerek büyümekte hatta bu kuralları içselleştirmektedir. Belirlenmiş toplumsal kuralları ailede başlayan okulda devam eden ve yaşamın her kademesinde öğrenerek cinsiyet algısına göre biçimlenmiş bir toplumsallaşma yapısıyla yaşamak zorunda kalmaktadır. Bu süreç toplumsal cinsiyet rolleri üzerinden biçimlendirildiğinden kadınlar ve erkekler açısından ayrı şekilde anlamlandırılmıştır.

Ataerkil toplumun değerleri, modern toplumsal yapıda da önemli ölçüde varlığını sürdürmektedir. Kadın için becerikli bir ev hanımı olma isteği, anne olmak önem taşımakta kadın için çifte sömürü şartları oluşmaktadır. Kadın aile içinde baba ve koca baskısının yanı sıra, ataerkil toplumsal yapının değerleri de baskı aracı yaratabilmektedir. Bu noktadan bakıldığında kadına dair var olan tartışmalar, kadınların problemleri ile ilgilenen yeni söylemlerin ortaya çıkmasına neden olmaktadır.

1988 yılında Devlet Planlama Teşkilatı tarafından yapılan araştırmada, kadınların en önemli görevleri ev işleri yapmak, çocuk doğurmak, çocukları büyütme ve toplumsal kuralları öğretmek, eşine ve çocuklarına bakmak, destek olmak şeklinde sıralanmıştır (Aktaş, 2013:55). Kadın ve erkeklerin cinsiyet rolleri, toplum içindeki duruşun belirlenmesinde ve kimlik tanımlamalarında

etkili olmaktadır.

Bugün postmodern toplumlarda kadınlar, ataerkil değerleri içselleştirerek kişisel ve sosyal kimliklerini bu doğrultuda biçimlendirmekte ve ataerkil değerlerden hemen kurtulamamaktadır. Bu nedenle iyi ilişkilerin gerçekleştirilebilmesi için önce aileye sonra da diğer toplumsal kurumlara büyük görevler düşmektedir. Feminist yaklaşımlar kadınların toplumsal yaşamdaki etkileşimlerine, geleneksel yaklaşımlara eleştirel bir bakış açısı getirmiştir. Bu yaklaşımlar tüm dünyada yayılmaya devam ederek kadınların toplumsal cinsiyet eşitliği içinde yer almaları için mücadele etmeye devam etmektedir. Ekofeminizm de kadınların dünyanın yaşadığı felaketlerle cesurca mücadele ettiğini ve kapitalist ataerkil sistemin dünyayı nasıl çevre felaketine sürüklediğini devamlı olarak gündemde tutmaktadır. Çevre bütün canlıların içinde yaşadığı, korunması elzem olan, hayati önem arz eden ve sadece kadın erkek meselesi olarak ele alınmaması gereken bir durumdur. Ataerkil yapı, kadınların biyolojik farklılıklarını dile getirerek kadınları toplum içinde ayrışmasına neden olmaktadır. Kadınlar zayıftır, merhametlidir veya annelik duyguları yüksektir denerek olaylara yaklaşılması toplumsal cinsiyet ayrımcılığının tipik göstergeleridir.

Erkekler, çevreci davranışları kadınlardan daha az sergiledikleri ve çevre dostu etkinlikleri kadın işi olarak algıladıkları bilinmektedir. Kadınlar çevre sorunlarına daha duyarlı ve bilinçli davranmakta, çevre dostu faaliyetleri desteklemekte ve iklim değişikliğinin gelecek nesiller üzerindeki etkisine yönelik kaygılarını daha çok dillendirmektedir.

Ekofeministler iki görüşten bahsetmektedirler. Bunlardan ilki, kadın ve çevrenin tarihsel süreçte birbirine çok yakın olduğunun savunulmasıdır. İkincisi ise ataerkil kapitalist yapının kadınlar ve çevre üzerinde olumsuz etkiler yarattığının iddia edilerek bu yapının yıkılmasıdır (Thorpe, 2020). Ataerkil kapitalist sistem birçok ülkeyi etkisi altına alarak özellikle kadınları toplum içinde fırsatları kullanmada, istihdamda, eğitimde, karar mekanizmasında ve mülk sahibi olma gibi toplumsal konularda geri plana itmektedir. Toplumsallaşma süreci içinde ataerkillik kadın ve erkek tarafından içselleştirilmekte ve normalleşmektedir. Bununla birlikte ataerkil yapı gözlemlendiğinde çoğu zaman kadınların da bu yapıyı benimsedikleri görülmektedir (Millett, 1987: 47-48).

Amerika Birleşik Devletleri'nde yapılan bir araştırmada, cinsiyet eşitsizliğinin arkasında kadınsal algılanış ve çevre dostu olmak arasındaki psikolojik bağlantının rol oynadığı belirtilmiştir. Araştırmacılara göre çevreyi koruma davranışları, toplum tarafından daha kadınsı bir davranış olarak görülmekte ve çevre dostu davranışın kadınsal görülmesindeki sorun ise pazarlamacıların

ürünlerini erkekler için cazip hale getirmekte yeterince çaba sarf etmemesinden kaynaklanmaktadır. Erkekleri çevre dostu yapmaya teşvik etmenin yolunun yeşil ürünleri daha erkeksi hale getirmek olduğunu ifade eden araştırmacılar cinsiyet ayrımcılığını körüklemişlerdir (<https://tr.euronews.com>). Bununla birlikte erkekler açısından çevreci görünmenin erkeklik algısını zedelediğinin dile getirilmesinin doğru bir yaklaşım olmadığı düşünülmektedir.

Toplumsal cinsiyet eşitliği ve iklim adaleti aktivisti olan İrlanda'nın ilk kadın cumhurbaşkanı Marry Robinson iklim değişikliğinin erkek eliyle yapılan ve feminist çözümü olan bir sorun olduğunu belirtmiştir. Mary Robinson, bu ifadesinde iklim değişikliği kadar geniş ölçeğe sahip acil bir çevre sorunu için feminizmin yeni çözümler sunduğunu öne sürmüştür. Çevresel bozulmanın ve toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin aynı madalyonun farklı yüzleri olduğunu gösteren bir tutum uzun yıllardır varlığını sürdürmektedir. Yirminci yüzyılın sonlarında feminist ve ekoloji hareketlerinin arasındaki etkileşimin kaçınılmaz sonucu olarak ortaya çıkan ekofeminizm, baskı biçimlerinin birbirine bağlı olduğu varsayımına dayalıdır. Ekofeminizm, çevresel bozulma ve kadınların ezilmesi arasında bir bağlantı kurmaya çalışmaktadır. Bundan dolayı iklim değişikliğinin etkilerini azaltmak amacıyla yapılan çevreci eylemlerin de feminist mücadeleleri desteklemesi gerekir Nitekim Birleşmiş Milletler Çevre Programı, dünyanın her yerinde etkisi olan çevresel faktörlerin hayatımızda yer edinmiş cinsiyet eşitsizliğinin yanında kadınları erkeklere göre daha fazla etkilediğini bildirmektedir (www.bukak.boun.edu.tr, 2020).

6. SONUÇ

Ekofeminizm; toplumsal cinsiyet ayrımcılığı ile toplumsal yaşamın her alanında kadınların yaşadıkları sorunlar ve ikincil oluşlarına karşı çözüm yolları bulmayı amaçlarken çevre ile de bir bağ kurmaya çalışmaktadır. Kadın toplum içinde ve sosyal çevresinde cinsiyetinden dolayı aynı pozisyonadaki bir erkeğe göre daha çok engellerle karşılaşmaktadır. Toplumsal cinsiyet rolü gereği ev işleri, çocuk bakımı, yaşlı ve engelli bakımı kadının işi olarak görülürken, evin geçimi, ailenin güvenliği gibi konular erkeğin görevi olarak kabul edilmiştir. Kadınların ön yargılara rağmen mücadele edip toplumun her kademesinde yer alması hemcinslerini güçlendireceği gibi kemikleşmiş bir duruma gelen ataerkil yapıyı da zayıflatacaktır. Ekofeministlerin sorun olarak gördükleri durum ataerkil yapıdan güç alan erkek hegemonyasının sadece kadınlar üzerinde etkili olmaları değil aynı zamanda çevreyi de olumsuz etkilemesidir. Bu yapı günümüzde de kapitalist sistemin etkisi ile çevreyi değiştirmeye, kirlletmeye ve tahrip etmeye devam etmektedir.

Ekofeministlerin, dünyayı tam anlamıyla tahrip eden ve toplumsal ayrımcılığı

kalıcı hâle getiren sistemlere karşı ortak ve etkin çözüm yolları bulma istekleri kaçınılmazdır. Bu açıdan bakıldığında çevre problemlerinin asıl kaynağının kapitalist sistemler ve erkek egemenliği olduğu görülmektedir. Bundan dolayı ataerkil toplumun ve kapitalist sistemin önüne geçebilmek için kadınların toplumda daha fazla görev alması ve örgütlenmesi gerekmektedir. Kadınların toplumsal cinsiyet eşitliğine ulaşmaları gerekmektedir. Toplumun yönetiminde erkeklerle eşit olmak zorundadırlar.

Ancak, ataerkil yapıya ve kapitalist sisteme karşı çevreyi korumak sadece kadınlara atfedilmemeli, toplumda bireysel sorumluluk duygusu geliştirilerek tüm insanların çevreyi koruması sağlanmalıdır. Sonuç olarak; toplumda çevre duyarlılığını artırmak çevrede oluşan tahribatı asgari seviyeye indirmek ve gelecek nesillere yaşanabilir bir dünya bırakmak toplumda yaşayan her bireyin asli görevleri arasında olmalıdır.

KAYNAKÇA

- Adak, N. (2007). Kadınların İkilemi: İş ve Aile Yaşamı. *Sosyoloji Dergisi Ülgen Oskay'a Armağan Özel Sayısı*, 137-152.
- Aktaş, G. (2013). Feminist Söylemler Bağlamında Kadın Kimliği: Erkek Egemen Bir Toplumda Kadın Olmak, *Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 30, 55
- Anonim 1. (2023). (<http://www.bukak.boun.edu.tr/?p=1284>, (Erişim tarihi 15.06.2023)).
- Anonim 2. (2023). (<https://tr.euronews.com/2021/08/04/yesil-feminen-stereotip-olgusu-nedir-iklim-krizi-erkek-eliyle-gelen-bir-felaket-mi>, (Erişim tarihi 15.06.2023)).
- Ataman, H. (2009). LGBTT Hakları İnsan Haklarıdır. *İnsan Hakları Gündemi Derneği Yayınları*, 1.
- Berktaş, F. (2020). Doğa ve Kadın: Ekolojik Dönüşümde Feminist Tartışmaları, *Heinrich Böll Stiftung Derneği*, 18-19.
- Caranny-Francis, A. (2002). *Gender studies: terms and debates* (Elektronik sürüm). Londra: Palgrave Macmillan, 1-4.
- Çanakçıoğlu, H. (2011). *İnsan ve Çevre*, Der'in Yayınları, yayın no:193, 18.
- Çepel, N. (1992). *Doğa Çevre Ekoloji ve İnsanlığın Ekolojik Sorunları*, Altın Kitaplar Yayınevi, 141.
- Demren, Ç. (2003). Erkeklik, Ataerkillik ve İktidar İlişkileri, *Toplumsal Cinsiyet, Sağlık ve Kadın*, Hacettepe yayını, 33-44.
- Güzel, E. (2020a). Bir Ekofeminist Çılgılık: Çifte Sömürü, Sürdürülebilirlik ve Ekolojik Kıyamet, *Marmara Üniversitesi Kadın ve Toplumsal Cinsiyet Araştırmaları Dergisi*, 4-2, 67-101.
- Güzel, E. (2020b). Yeni Öncüler: Türkiye'de Toprağa Dönüş Hareketi ve Sağkalım (Survival), *Alfa Yayınları*.
- Işık, M. F. (2021). Judith Butler'da Feminist Söylem ve İktidar, *İnönü Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*, s. 35-36.
- Learner, G. (1989). *The Creation of Patriarchy*. New York: Oxford University Press, 8-11.
- Millett, K. (1987). *Cinsel Politika*, (Çev. Seçkin Selvi), Payel Yayıncılık, 47
- Sultana, A. (2019). Ataerkillik Ve Kadının İkincilliği; Kuramsal Bir Analiz, *Şarkiyat İlmi Araştırmalar Dergisi/Journal of Oriental Scientific Research (JOSR)*, Cilt:11, Sayı:1, 217- 247.
- Şenel, F.K. (2012). Tarihsel ve Toplumsal Süreçte Kadın, *Toplum ve Hekim*, cilt 27, sayı 4, 247.
- T.C. Kalkınma Bakanlığı, (2012). (Erişim tarihi: 15.06.2023).
- Thorpe, J. (2020). What Exactly Is Ecofeminism?, (<https://www.bustle.com>, Erişim:20.06.2023)

Yılmaz, F. (2019). Doğanın Sermayeleştirilmesinin Kadın Yaşamına Sirayeti: Çevre Direnişlerindeki Kadınların Deneyimleri Üzerinden Bir Araştırma, Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, (<https://akademikcevre.com/chipko-hareketi-agaclara-sarilan-kadinlar/> Erişim tarihi: 20.06.2023).

106. Bölüm

Beslenmede Pekmezin Önemi ve Pekmezli Ürünler: Konya Taşköftü Örneği

Gülçin ALGAN ÖZKÖK¹

Şule PAŞABEKİROĞLU GÜNASLAN²

1 Doç.Dr.; Selçuk Üniversitesi Turizm Fakültesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü. gulcinalgan@selcuk.edu.tr ORCID No: 0000-0001-6487-707X

2 Yüksek Lisans Öğrencisi; Selçuk Üniversitesi Turizm Fakültesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, sulepasabekiroglu@gmail.com ORCID No: 0009-0003-8075-1161

GİRİŞ

Bireylerin doğum anından başlayarak ölümlerine kadar beslenme mecburiyeti içinde olmaları ilk zamanlardan bu yana, yiyecekler ile ilgili çeşitli teknikler geliştirmelerine yol açmıştır. Bu geliştirilen teknikler ise zamanla toplumun kendi içinde bir takım adet, gelenek, görenek ve töreler ile bir araya gelerek mutfak kültürlerini oluşturmuştur (Halıcı, 2014). Yapılan bu çalışmanın amacı, Anadolu'nun mutfak kültürünü yansıtan Konya mutfağında yöresel bir yiyecek olan, üzüm pekmezinden elde edilen Taşköftü (Taşkesti) tatlısını tanıtmak ayrıca bu tatlının ana malzemesi olan üzüm pekmezi hakkında da ayrıntılı bilgi vermektir.

Türk mutfağında tatlılar, geleneksel lezzetler arasında önemli bir yere sahiptir. Bu tatlıların en önde gelen temsilcilerinden biri de helvalardır. Hatta Fatih Sultan Mehmet han, helvayı çok sevdiği için Topkapı Sarayı'nda yer alan saray mutfağının ayrı bir bölümünde "*helvahane*" kısmını yaptırmıştır. Böylece helvanın Türk mutfağındaki önemi vurgulanmıştır. Şekerin kullanımı yaygınlaşmadan önce, Türk tatlılarının tatlandırılmasında bal ve pekmez gibi doğal bileşenler tercih ediliyordu. Fatih Sultan Mehmet'in helvahanesinde yapılan dut, kavut, darı, un ve nişasta helvalarında da tatlandırıcı olarak pekmez kullanıldığı bilinmektedir. Selçuklu döneminde yaygın bir söz olan "kavutu olan pekmeze katar, akli olan öğüt tutar" ifadesi, helva yapımında pekmezin önemini vurgulamaktadır (Baysal, 1997).

Türk milleti tarih boyunca içinde şeker bulunan her türlü meyveyi kullanarak pekmez üretimini gerçekleştirmiştir (Sürücüoğlu ve Çelik, 2005). Türkiye'de pekmez, meyve sularının yerel yöntemlere göre, kaynatılarak koyulaştırılması ile elde edilir. Üzümün yanı sıra, dut, erik, elma, armut, şekerpancarı, karpuz, şeker darısı, gül, nar gibi meyvelerden de yerel pekmezler yapılmaktadır. Özellikle Güney Anadolu'da Toros dağlarında yetişen "andız" denilen bir ardıç ağaç türünün olgunlaşmış kozalaklarını kaynatmakla elde edilen şurup ve marmelata benzeyen bu tatlı maddeye "andız pekmezi" denilmektedir. Hatta son yıllarda keçiboynuzu meyvesinden de pekmez yapılmaktadır (Oğuz, 1976, Kayahan, 1982; Birer, 1983: 107).

Pekmez geleneğini Orta Asya'dan gelen Türk kavmi Anadolu'ya getirmiştir (Altıntaş, 1999). Sürücüoğlu ve Çelik'in (2005) bildirdiğine göre, Anadolu'ya gelmeden önce bağcılık kültürüne sahip olan Türkler, Anadolu'ya geldikten sonra da üzüm çeşitlerinin sayısını artırmışlardır. Selçuklu döneminde de meyvecilikte üzüm üretimi önemli idi. Üzümün bu çağdaki en genel kullanımı kurutma yöntemi idi. Bu durum kış için gıda hazırlandığının da bir göstergesidir. Kurutma tekniğinin yanı sıra Türkler, üzüm sularının muhafazası için hem pekmez üretilip çabuk bozulan üzüm ve şirasının dayanıklı hale

gelmesini sağlamamışlar hem de tatlı ve şeker ihtiyacının karşılanmasına yardımcı olmuşlardır (Sürücüoğlu ve Çelik, 2003: 20).

PEKMEZİN BESİN DEĞERİ VE ÖNEMİ

Geçmişte insanların temel besin kaynaklarından biri olan pekmez, değişen yaşam koşullarında daha az tüketilen bir ürün haline gelmiştir. Ancak pekmezin besinsel önemi azalmamıştır. Bunun aksine pekmezin insan beslenmesinde önemli bir besin kaynağı olduğu daha da iyi anlaşılmaya başlanmıştır. Günümüzde beslenme bilinç düzeyinin artmasıyla birlikte doğal besin tüketimi önem kazanmıştır. Özellikle son yıllarda insanlardaki doğala dönüş hareketinin yaygınlaşması ile doğal ürünlere olan yöneliş hız kazanmıştır (Parlak ve Bilişli, 2004; Batu, Çatak ve Kaya, Şahin, 2007). Doğal olduğu için sağlıklı bir ürün olan pekmez, tatlı meyvelerin sırasının uygun ısı derecesine kadar kaynatılması ve yoğunlaştırılmasıyla elde edilir. Pekmezin vitamin, mineral ve antioksidan gibi besleyicilik özellikleri, üretildiği meyvenin besin içeriklerinden oluşmaktadır. Bilhassa üzümünden elde edilen pekmez, içerdiği majör minerallerden demir ve kalsiyum benzeri, beslenme bakımından değerli minerallerle besleyici bir özellik taşır (Baysal, 1997: 120 Arıkan ve Şanlıer, 2000).

Pekmez, iyi bir karbonhidrat kaynağıdır (Şimşek, Artık, Poyrazoğlu ve Kadakal, 2002: 8-10) İçerdiği glikoz ve früktoz sebebiyle yüksek enerji kaynağıdır (Anonim, 2007b). Bu nedenle insan vücuduna hızlı bir şekilde yaklaşık 30 dk'da enerji kazandırmaktadır (Batu, 2006: 10). Baysal'ın (2007: 305) ifade ettiğine göre, iki yemek kaşığı pekmez (20 g) insan vücudu için çok değerli olan 2 mg demir, 80 mg kalsiyum ve 58 kcal enerji içermektedir. Pekmez vücutta çok rahat kullanılabilen +2 değerli demir içermektedir. Demir, vücutta kan yapımında ve oksijen taşınmasında önemli bir rol oynar. Bu nedenle üzüm ve pekmezdeki demir kolayca emilebilmekte ve günlük demir ihtiyacının %35'i günlük alınabilecek pekmezle karşılanabilmektedir (Batu, 2006: 10). Bu nedenle pekmez, demir eksikliği olan kişilere önerilen bir besindir. Özellikle büyüme çağındaki çocuklar, gebe ve emziren anneler başta olmak üzere yüksek enerji ihtiyacı duyan sporcu ve işçiler için de pekmez önemli bir besin maddesidir (Demirözü, Sökmen, Uçak, Yılmaz ve Gülderen, 2002: 330-333, Şimşek ve Artık, 2002: 465-467, Vekiari, Ouzounidou, Öztürk ve Görk, 2011, s.751).

Geleneksel Yöntemle Pekmez Üretimi

Geleneksel yiyeceklerden biri olan pekmez, ülkemize özgü bir muhafaza ve değerlendirme şeklidir. Şengül, Ertugay ve Yüksel'e (2007) göre pekmez, hiçbir gıda katkı maddesi eklenmeden, kaynatılmak suretiyle elde edilen, tüketim tarihi uzatılmış konsantre bir gıda maddesidir. İçeriğinde yüksek miktarda şeker ihtiva eden hemen hemen her meyveden pekmez üretilmesi mümkün olsa da, geçmişten gelen ve günümüzde en yaygın olan uygulama, siyah üzümünden pekmez üretilmesidir (Batu, 2006: 9). Türkiye'de binlerce yıllık bir geçmişe sahip olan pekmez üretimi daha çok aile işletmeciliği şeklinde ve geleneksel üretim teknikleri ile yapılmaktadır (Şimşek vd., 2002: 1; Anonim, 2007). Aktan (1940) pekmezle ilgili Türkçe yazılı kaynakların, 1940'lı yıllarda yazılmaya başladığını ifade etmiştir. Bununla ilgili olarak 1940 yılında "Üzüm Pekmezleri Üzerine Teknik Araştırmalar" adlı bir çalışma, geleneksel pekmez üretim yöntemlerini belirlemiş ve farklı bölgelerden elde edilen pekmez örneklerinin bileşimini incelemiştir. Bu tarihten sonra, şeker darısı, şeker pancarı, karpuz ve üzüm pekmezleri üzerine çeşitli araştırmalar yapılmıştır (Aktan, 1940; Yazıcıoğlu ve Gökçen, 1976). Türkiye'de pekmez üretimi çok eski dönemlerden beri büyük miktarlarda gerçekleştirilmesine rağmen, üretim tekniği çok fazla değişmemiştir. Hatta endüstriyel ölçekte üretimlerde bile, geleneksel açık kazan yöntemi hala yaygın bir şekilde kullanılmaktadır. Günümüzde de özellikle kırsal kesimde, yüksek sıcaklıktaki açık kazanlarda pekmez üretimi yapılmaktadır. Ancak bu durumun yasalara aykırı hale gelebileceği de göz önünde bulundurulmalıdır. Zira Tarım ve Orman Bakanlığı, Gıda Kontrol Şube Müdürlüğü'nden izin almadan kayıt dışı olarak pekmez üretimi gerçekleştiren ve ürünlerini semt pazarlarında satan küçük ölçekli üreticilerin varlığı bilinmektedir. Bu tür uygulamaların hem sağlık hem de ürün kalitesi açısından ciddi riskler taşıdığı unutulmamalıdır (Batu, 2014).

Pekmez, şeker oranı yüksek olan üzüm, incir ve dut gibi meyvelerin ezildikten sonra kaynatılması ile üretilen tatlı bir şuruptur (Taneli, 1990; Ertaş ve Çoklar, 2008: 51). Türkiye'de yapılan pekmezler renklerine göre; kara veya açık renkli pekmezler, kıvamlarına göre katı veya cıvık pekmezler ve tadlarına göre de tatlı veya ekşi pekmezler şeklinde sınıflandırılmaktadır (Gökçen, Ömeroğlu, Ceritoğlu, 1982: 107; TKG, (2007). Bu çalışmanın ana konusu olan Taşköftü tatlısında üzüm pekmezi kullanıldığı için geleneksel üzüm pekmezinin yapımından ayrıntılı olarak bahsedilecektir. Günümüzde halen bağıcılıkla uğraşmakta olan Konya hadim, Taşkent ve Bozkır yöresinin halkı topladıkları üzümleri meyve olarak sattıkları gibi pekmez yaparak da satışını yapar ve kendileri de tüketirler (Seçim, 2019: 25). Geleneksel yöneme göre, ilk önce yörede yetişmekte olan "Ekşikara" cinsi üzümler, toplanır ve (Şekil 1,

Paşabekiroğlu Günaslan arşivi, 2023) saplarından ayrılır ve üzümler “şırana” adı verilen yerde tepelenerek ezilir ve suyu çıkarılır ve şıra elde edilir (Algan Özkök, 2020).



Şekil 1: Üzümlerin Toplanma İşlemi

Şıranın ekşiliğini gidermek, akabinde durultmak ve süzmeyi kolaylaştırmak için şıraya ortalama % 50-90 oranında kireç içeren beyaz veya beyaza yakın renkte, çorak toprak eklenir (Anonim, 2007a). Şekil 2’de (Paşabekiroğlu Günaslan arşivi, 2023) toprak eklenmiş şıra görülmektedir. Şıra 50–60 °C’de köpürünceye kadar yaklaşık olarak 10-15 dk. meşe odunu ateşinde kaynatılır (Batu, 2006: 11; Battaloğlu, 2009). Şıra, dinlenme kaplarına alınarak 4-5 saat kadar dinlendirilir. Bu işlem sonunda kabın dibinde tortu oluşur. Isı arttıkça şıranın üzerinde rengi kızıla çalan köpükler oluşur ve şıra göz göz olur (Şekil 3, Ramazan Bilgili arşivi, 2016, 2022). Kaynamakta olan şıranın yüzey kısmında meydana gelen köpük kevgir yardımıyla toplanır. Yörede bu köpüğe tereyağı, ceviz veya badem eklenerek köpük tatlısı yapılır (K1-15, 2023). Geriye kalan şıra, geleneksel delikli su kabağıyla savrulmak (Şekil 4, Ramazan Bilgili arşivi, 2016) suretiyle koyulaştırılır ve kazana aktarılır (Paşabekiroğlu Günaslan arşivi, 2023). Soğutulan pekmez saklama kaplarında muhafaza edilir (Şekil 6,

Ramazan Bilgili arşivi, 2022). (Tosun, 2001, s.282; Tosun, 2003; Battaloğlu, 2009, s.429-430; Algan Özkök, 2020).



Şekil 2: Toprak Eklenmiş Şıra



Şekil 3: Şıranın Yüzey Kısımında Oluşan Köpük



Şekil 4: Şırayı Savurma İşlemi



Şekil 5: Pekmezin Kazana Aktarılması



Şekil 6: Pekmezin Soğutulması

Pekmezin Tüketimi ve Pekmezli Ürünler

Üzümün anavatanı Anadolu'dur ve eski çağlardan beri bol üzüm çeşidiyle ünlüdür. Türkiye'nin birçok bölgesi uygun mevsimsel özellikler nedeniyle bağcılık yapmak için müsaittir. Bağ alanları ve üzüm üretimi ile Türkiye, dünyada beşinci sıradadır (Yazıcıoğlu, ve Gökçen, 1976). Türk kültüründe önemli bir yere sahip olan pekmez, doğal bir tatlandırıcı olarak kullanılır ve yemeklere tatlı bir lezzet katar. Konya halkı için pekmezin ayrı bir önemi vardır. Konya mutfağında pekmez, yemek, tatlı ve ikramlarda sıklıkla kullanılır. Özellikle kekler, kurabiyeler ve ekmek gibi hamur işlerinde kullanılarak tatlılık sağlar. Pekmez kaygana ve akıtma gibi yiyeceklerin üzerine dökülerek yenir; nişasta ile pişirilerek helva ve pestil yapılır. Ayrıca ceviz içi iplere dizilir, pişen nişasta pekmez karışımına birkaç kez batırılarak bir yere asılıp kurutulur bu ürüne bazı yörelerde “cevizli sucuk” veya “bandırma” denir (sürücüoğlu, 2019:417). Pekmezle yapılan tatlılar incelendiğinde genel olarak kullanılan malzemelerin pekmez, un ve tereyağı olduğu görülmektedir.

Gevrek Tatlısı; Konya'ya özgü bir tatlı olan gevrek, hamurun üzerine pekmez sürülerek fırınlanır ve çıtır çıtır bir kıvam alır. Genellikle kahvaltılarda veya özel davetlerde ikram edilir.

Pekmezli Çörek; bunun için çörekler hazırlanır, sadece içi içinde pembeleşinceye kadar kızartılır. Tencereye çok az su konulur ve pekmez ilave edilerek, kaynatılır. Çörekler pekmezli yağ karışımına bastırılıp çıkartılır ve böylece yenilir. Bu tatlı, genellikle yufka ekmek yapıldığı zaman arkasına yapılır. Pekmezli çörek, ramazan ayında Konya’da yapılan bir üründür, benzer olarak pekmezli ekmek adıyla Malatya mutfağında da yapılmaktadır (Doğan, Yardımcı, Kaymaz, Z., ve Şahin, 2001:107; Erkoyuncu, 2006).

Dolaz; pekmezden yapılır. Yağ kırmızı renk alıncaya kadar kavurulur. Üzerine pekmezi dökülür ve karıştırılır karıştırılır pişirilir. Karışım bir tabağa alınır ve üzerine tekrar sadece eritilip dökülür (Erkoyuncu, 2006).

Kabak Reçeli; irice, olgun sarı kabak soyulur ve dilimlere ayrılır. Kabak dilimleri kirece yatırılır ve pekmezle kaynatılır.

Sac Arası; kaymak, un ve tuzla çırpılır. Sacın ortası yağlanır, üzerine karışım ince şekilde dökülür ve kızartılır. Tatlıya pekmez gezdirilir ve yenir (Erkoyuncu, 2006).

Haside; un ve yağ kahverengileşinceye kadar kavurulur, içine pekmez verilip gevşek olarak pişirilir. Servis tabağına alınıp üzerine tereyağı dökülür.

Çiğirdik; toz şeker, susam, kavrulmuş haşhaş, ceviz içi ve fındık içi bulunan tatlı türüdür. Malzemeler pişirildikten sonra tepsiye dökülür ve bir gün beklenip donması sağlanır, sonra kesilir, servis edilir.

Çençen Aşı; kuru yufka, şeker, yağ, pekmez, su ve ceviz ile hazırlanan bir tatlıdır. Pişirilip soğuyunca servis edilir.

Galgıdan; yapımında bulgur kepeği, pekmez, tereyağı ve sıvıyağ kullanılır. Soğuk olarak servis edilen bir tatlı türüdür.

Kar katması; kış mevsiminin gelmesiyle temiz bölgelerden toplanan karlar tabaklara doldurulur, karın üzerine pekmez dökülür ve tatlı niyetine yenir. Yaygın olarak Toroslar boyunca, tüm şehirlerde tüketilir. (<https://www.haberler.com/guncel/tatli-niyetine-karli-pekmez-yiyorlar-9077848-haberi/>).

Pekmezli Bulamaç; hazırlanmasında pekmez, un ve su kullanılır. Konya mutfağının yapımı kolay tatlılarından biri olan pekmezli bulamaç için tüm malzemeler bir tencereye konulup, hafif ateşte karıştırılarak ortalama 20 dakika pişirilir. Sonrasında bir kâseye alınarak servis yapılır (Yardımcı, 2007: 217).

Kara helva; pekmezle yapılan bir tatlıdır. Tatlıya pekmezden kaynaklı esmerlik nedeniyle “Kara helva” adı verilmiştir. Tatlı, yörede çoğunlukla kış aylarında ve özellikle Ramazan ayında tüketilmektedir. Çok lezzetli tatlı çeşidi olan kara helvanın malzemeleri; tuzsuz tereyağı un ve pekmezdir (Halıcı, 2005: 278). Tatlıyı yapmak için ilk önce kısık ateşte yağ ve un pembeleşinceye dek kavrulur. Ayrı bir kapta ısıtılan pekmez tatlının üzerine dökülür, yine ateşe

konulur ve pekmez içine çekinceye dek karıştırılır. Yaklaşık olarak 8-10 dk. dinlendirildikten sonra servis edilir.

Pekmezli pelte; nişasta tencereye koyulur, karıştırarak 2 su bardağı su yavaş yavaş ilave edilerek yedirilir. Ocağa alınır ve karıştırılarak pişirilir. Pekmez ilave edilip birkaç taşım daha kaynatılır. Servis tabağına muntazam bir şekilde yayılarak konur. Üzeri kıyılmış cevizle süslenerek servisi yapılır (Aktoros, 1999: 250).

Konya kenevir helvası; enerji ve besin değeri yüksek olan bu tatlı için, üzüm pekmezi kısık ateşte kaynatılır. Kenevir tohumu; tavada kokusu çıkıncaya kadar kavrulur. Ceviz içi, badem içi ve fıstık içi irice dövülür, kenevir tohumlarının üzerine eklenir. Tüm malzeme beraber kavrulduktan sonra üzerine kaynar şekilde pekmez dökülür. Bir tepsi alınır, tabanına leblebi tozu serpilir. Pekmezli karışımı, leblebi tozu serpilene tepsiye dökülür. Helvanın servisi, oda sıcaklığı ısısına gelince yapılır (turkpatent.gov.tr).

Kayıslı yemeği; Konya'ya özgü pekmezle yapılan bir yemektir. Tencerede etler kavrulup su eklenir ve etlerin iyice pişmesi sağlanır. Sonrasında kuru kayısılar eklenir. Kayısıların kıvamı önemlidir, dağılmadan yumuşayıp piştikten sonra pekmez ilave edilir. Az daha pişirilip ocaktan alınır ve dinlendirilerek servis edilir.

Taşköftü (Taşkesti) Örneği

Taşköftü tatlısı, Konyalılar tarafından yapılan ve tarihi geçmiş olan pekmezli bir tatlı türüdür. Tatlının yapımında üzüm pekmezi, tereyağı ve un kullanılmaktadır. Bu tatlı yaş aralığı 50-80 olan kişiler arasında çok sevilmektedir. Araştırma için konuyla ilgili olarak yöre halkı ile görüşmeler yapılmıştır. Elde edilen bilgilere göre katılımcılar (K1-15, 2023), tatlının yapılışını ve öyküsünü aile büyüklerinden, akrabalarından ve komşulardan öğrendiklerini ifade etmişlerdir. Ayrıca katılımcılar, Taşköftü tatlısının kış günlerinde ve ramazanda iftar sofrasından sonra ve özellikle ağır yemeklerin ardından sunulduğunu ve böylece halk arasında yaygınlaştığını bildirmişlerdir. Ancak, günümüzde yaş aralığı daha genç olan kişiler arasında Taşköftü tatlısı çok tercih edilmemektedir. Ürünün herhangi bir tescili bulunmamaktadır.

Malzemeler:

- 2 Su Bardağı Üzüm Pekmezi
- 3 Yemek Kaşığı Köy tereyağı
- 1,5 Su Bardağı Un
- Tahta Kaşık

Yapılışı:

Üzüm pekmezi bir tavaya koyulur ve kaynatılır. Daha sonra un ilave edilir tahta kaşıkla sürekli karıştırılarak pişirilir. Normal helvadan farkı taş gibi sert bir kıvam alması ve her iki yüzünün de tavada iyice kızartılmasıdır. Son olarak tabağa alınır, tereyağı kızdırılarak Taşköftünün üzerine dökülür (K1-15, 2023).



Şekil 7: Pekmezin Un ile Kavrulması



Şekil 8: Taşköftünün Tabağa Alınarak Şekil Verilmesi



Şekil 9: Sunum İçin Ayrıca Tuzlu Tereyağı Eritme İşlemi



Şekil 10: Taşköftüye Tereyağı Eklenecek Sunuma Hazır Hale Gelmesi

SONUÇ

Günümüzde beslenme bilinç düzeyinin artmasıyla birlikte doğal besin tüketimi önem kazanmıştır. Özellikle son yıllarda insanlardaki doğala dönüş hareketinin yaygınlaşması ile doğal ürünlere olan yöneliş de artmıştır. Sağlık açısından birçok faydası bulunan pekmez, doğal olarak meyvelerin kaynatılması ve yoğunlaştırılmasıyla elde edilir. Bu çalışmada, Türkiye’de yaygın olarak üretimi yapılan üzüm pekmezi yapımı, pekmezin bileşimi, insan sağlığı üzerine etkileri bununla birlikte Konya’nın Hadim, Taşkent ve Bozkır gibi belirli bölgelerinde üretilen Taşköftü tatlısının yapımı hakkında kapsamlı olarak bilgi verilmesi ve ürünün tanıtılması amaçlanmıştır. Bununla birlikte çalışmada, üzüm pekmezinden üretilen ürünlere de yer verilmiştir. Özellikle çalışmanın konusu olan geleneksel Taşköftü tatlısından ayrıntılı olarak bahsedilmiştir. Türkiye’de yıllardır pekmez üretimi olmasına rağmen literatürlerden edinilen bilgilere göre, pekmezli ürünlere ilişkin araştırmaların yetersiz olduğu görülmektedir. Zengin bir kültürel mirasa sahip olan Konya mutfağında önemli bir yere sahip olan pekmez, doğal bir tatlandırıcı olarak kullanılır ve yemeklere tatlı bir lezzet katar. Pekmez yapımında yörede, Eksikara cinsi üzümünden faydalanılır. Pekmezin imalatında geleneksel yöntemler ve araç-gereçler terkedilmemiş olup günümüzde de halen kullanılmaktadır. Konya mutfağında pekmezle yapılan tatlılar incelendiğinde, genel olarak kullanılan malzemelerin pekmez, un ve tereyağı olduğu görülmektedir. Ana malzemesi pekmez olan bu tatlılar, çoğunlukla kış aylarında ve ramazanda iftarlık olarak tüketilmektedir. Ayrıca yörede, bazı etli yemeklerin yapımında da pekmez kullanılmaktadır.

Taşköftü diğer bir ismi ile Taşkesti, Konya mutfağının önemli bir lezzetidir. Yöreye özgü olan Taşköftü, tatlı bir lezzete sahiptir. Taşköftü tatlısının yapımında pekmez, un ve tereyağı kullanılır. Normal helvadan farkı taş gibi sert bir kıvam alması ve her iki yüzünün de tavada iyice kızartılmasıdır. Sunulmadan önce ise genellikle üzerine sıcak tereyağı gezdirilir. Taşköftü, geleneksel bir tarife sahip olmasının yanı sıra sağlıklı bir yiyecek seçeneğidir. İçerdiği demir ve lif sayesinde besleyicilik değeri de yüksek bir tatlıdır. Bu çalışma ile ilgili olarak yöre halkı ile de görüşülmüş olup ulaşılan bilgilere dayanarak,

Taşköftü tatlısının Konya mutfağının özgün lezzetlerinden birisi olduğu, özellikle yaş aralığı 50-80 olan kişiler arasında Taşköftü tatlısının popüler olduğu, bu tatlının yapılışını ve öyküsünü aile büyüklerinden, akrabalarından ve komşulardan öğrendikleri anlaşılmaktadır. Bu da tatlıya dair geleneksel bir aktarımın olduğunu göstermektedir. Ayrıca, Taşköftü tatlısının özellikle ağır yemeklerin ardından sunulduğu ve halk arasında yaygınlaştığı belirtilmektedir. Bu da tatlıyı bir tür tatlı-ekşi lezzet dengesi sağlama amacıyla tercih edildiğini

düşündürebilir. Ancak, yaş aralığı daha genç olan kişiler arasında Taşköftü tatlısının bu kadar popüler olmadığı ve büyüklerinden öğrenilen bilgilerle yapıp yemek için özel bir çaba sarf edilmediği ifade edilmektedir. Bu durum, tatlıya ilişkin geleneksel aktarımın yeni nesillerde zayıfladığını gösterebilir. Kültürel miras olan Taşköftü henüz tescillenmemiştir

Sonuç olarak;

Konya mutfağında pekmez kullanımı, bölgenin kültürel mirasının önemli bir parçasını oluşturur. Konya'nın zengin mutfak kültürü ve özellikle pekmez kullanımı, turizmde bir cazibe noktası olabilir. Bu potansiyeli değerlendirmek için pekmez odaklı etkinlikler düzenlemek, yerel üreticileri desteklemek ve pekmezli yemeklerin tanıtımını yapmak önemlidir. Böylece Konya mutfağında yöresel bir lezzet olan Taşköftü gibi pekmezli ürünlerin ve pekmez kültürünün sürdürülebilirliği sağlanabilir. Yerel restoranlar ve yemek mekânları, menülerine pekmezli yiyecekleri ekleyerek ziyaretçilere bu lezzetleri sunabilir. Bu sayede ziyaretçiler, pekmez kültürünü ve pekmez ürünlerini daha yakından deneyimleyebilir. Ayrıca pekmez kullanılan reçetelerin paylaşıldığı yemek kitapları veya web siteleri aracılığıyla da bu lezzetlerin yaygınlaşması sağlanarak sağlıklı beslenmeye katkı sağlanabilir.

REFERANSLAR

- Aktan R. (1940). Üzüm pekmezleri üzerine teknik araştırmalar. *Ziraat Dergisi*, 12-18.
- Aktoros, F. (1999). *Yemek dünyası*. İstanbul: Ufuk Matbaacılık Yayın Dağıtım.
- Algan Özkök, G. (2020). Destinasyon pazarlama aracı olarak gastronomi turizmi, Editör A. Karaman, S. Şalvarcı, K. Aylan, *Bozkır yöresinin gastronomi turizmi potansiyeli*. (pp. 292-323) Konya: Eğitim Yayınevi.
- Altıntaş, Ö. (1999). Çal yöresinden üretilen üzüm çeşitleri ve yörede üretilen pekmezlerin bazı özellikleri. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Pamukkale Üniversitesi, Denizli.
- Anonim, (2002). *Tarım istatistikleri özeti 1982-2001*. (pp.51) Ankara: T.C. Başbakanlık Devlet İstatistik Enstitüsü, Yayın No:2719.
- Anonim,(2007a). *Bağcılık, üzümlerin muhafazası ve değerlendirilmesi*. www.tarimkredi.org.tr/modules.php?name=Contentvepa=showpagevepid=48html adresinden 4 Nisan 2023 tarihinde alınmıştır.
- Anonim, (2007b). *Üzümün tarihteki yeri*. http://www.taris.com.tr/yt_uzum_hak.asp 48html adresinden 02.Şubat 2023 tarihinde alınmıştır.
- Arıkan, B., Şanlıer, N. (2000). Toplumumuzun beslenmesinde pekmez kullanılması ve önemi. TSE Tüketici Bülteni, 8.
- Battaloğlu, R. (2009). Niğde ilinden toplanan pekmez toprağı örneklerinde pestisit kalıntıları ve polisiklik aromatik hidrokarbon (pah) aranması, 1. tıbbi jeoloji çalıştayı, 30, 207-213.
- Batu, A. ve Aktan, N. (1992). Kuru üzümlerden pekmez yapılmasında şıraya uygulanan asit gidericilerin miktarları üzerinde bir araştırma. Cumhuriyet Üniv. Tokat Ziraat Fak. Gıda Bilimi ve Tekn. Bl., Ege Üniv. Müh. Fak. Gıda Müh. Bölümü, Tokat, İzmir.
- Batu, A., Kaya, C., Çatak, J. ve Şahin, C. (2007). Pestil üretim tekniği. *Gıda Teknolojileri Elektronik Dergisi*, (1) 71-81.
- Batu, A. (2014). *Klasik ve modern yöntemlere göre sıvı ve beyaz katı üzüm pekmezi (Zile pekmezi) üretimi*. Konya: Mevlana Üniversitesi.
- Baysal, A. (1997). Türk mutfağında pekmez ve ürünleri . v. milletlerarası Türk halk kültürü kongresi, Maddi Kültür Seksiyon Bildirileri (s. 118-124). Ankara: THK Basımevi İşletmeciliği.
- Baysal, A. (2007). *Beslenme*. Ankara: Hatiboğlu Yayınevi.
- Birer, S. (1983). Pekmezin beslenmemizdeki yeri ve kullanılması. *Beslenme ve Diyet Dergisi*, cilt 12, s. 107-114.

- Demirözü, B., Sökmen, M., Uçak, A., Yılmaz, H. ve Gülderen, Ş. (2002). Variation of copper, iron and zinc levels in pekmez products. *Bulletin of Environmental Contamination and Toxicology*, 69, 330-334.
- Doğan, İ., Yardımcı, M., Kaymaz, Z. ve Şahin, H., (2001). *Malatya mutfak kültürü*. Ankara: T.C. Kültür Bakanlığı Yayınları: 2687.
- Erkoyuncu, N. (2006). Konya ili Çumra ve Karapınar ilçelerinde Türkmen yemekleri ve yemek kültürü üzerine bir araştırma. Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.Konya.
- Ertaş, N. Çoklar, H. (2008). Farklı pekmez çeşitlerinin doğal şeker kaynağı olarak kek hamuru ve kek özelliklerine etkisi. *Selçuk Üniversitesi. Ziraat Fakültesi Dergisi* 22 (46): 51-54.
- Gökçen J., Ömeroğlu S. ve Ceritoğlu A. (1982). *Üzümlerden elde edilen pekmez bulama, jöle, cevizli sucuk gibi tipik Türk gıda maddelerinin yapım yöntemlerinin geliştirilmesi olanaklarının araştırılması*. TÜBİTAK Marmara Bilimsel ve Endüstriyel Araştırma Enstitüsü Beslenme ve Gıda Tekn. Böl., 65.
- Halıcı N. (2005). *Konya yemek kültürü ve konya yemekleri*. İstanbul: Rumi Yayınları.
- Halıcı N. (2014). *Konya mutfağı*. Konya: Selçuklu Belediyesi Yayınları.
- Kayahan, M. (1982). *Üzüm şirasının pekmeze işlenmesinde meydana gelen terkip değişimleri üzerinde araştırmalar*. (pp.472, 1982) Ankara: A. Ü. Ziraat Fakültesi Yayınları No: 797.
- Oğuz, B. (1976). *Türkiye halkının kültür kökenleri i. giriş. Beslenme ve teknikleri*. (pp.510-522) İstanbul: İstanbul Matbaası.
- Parlak, S.U., Bilişli, A. (2004). Üzüm pestilinin üretimi, özellikleri ve tüketim şekilleri. Editör N. Çoksöyler, *Ankara Gıda Müh. Odası Geleneksel Gıdalar Sempozyumunda Sunulmuş Bildiri*.
- Seçim, Y. (2019). *Konya Mutfak kültürü ve yemekleri*. Konya Literatürk Academia Yayınevi.
- Sürücüoğlu, M.S. ve Çelik L.S. (2005). Pekmez. S. M. L.S. *Ankara'da bağcılık ve bağ kültürü* (pp.123-148). Ankara: Birlik Matbaacılık, Yayıncılık.
- Sürücüoğlu, M.S. (2019). Türk mutfağı. Editör N. Şanlıer, M.S. Sürücüoğlu. *Geçmişten günümüze Türk mutfağında tatlıların yeri*. (pp. 406-424) Ankara: Hedef CS Basın Yayın.
- Şengül, M., Ertugay, M.F. ve Yüksel, Y. (2007). Rheological characteristics of carob pekmez. *International Journal of Food Properties*, 10, 39-46.
- Şimşek, A., Artık, N., Poyrazoğlu, E.S., Kadakal, Ç. (2002). *Pekmez üretim teknolojisi*. Ankara: Üniversitesi Ziraat Fakültesi Gıda Mühendisliği Bölümü Yay.

- Taneli, B. (1990). *Bebek beslenmesinde incir ve üzümün önemi sağlıklı beslenmede kuru incir ve çekirdeksiz kuru üzümün önemi*. Ticaret Odası TARIŞBANK Semineri. İzmir Genel Müdürlüğü Yayın No: 1990/2, 23-32.
- TGK, (Türk Gıda Kodeksi) (2007). Üzüm Pekmezi Tebliği. www.kkgm.gov.tr/TGK/Tebliğ/2007-27.html adresinden 10 Temmuz 2023 tarihinde alınmıştır.
- Tosun, B. (2001). *Tarihte Bozkır ve çevresi Yelbeği*. İstanbul:Eren.
- Tosun, B. (2003). *Tarihte Bozkır ve çevresi Taşbaşı*. İstanbul:Eren.
- Vekiari, S. A., Ouzounidou, G., Ozturk, M. ve Görk, G. (2011). Variation of quality characteristics in Greek and Turkish carob pods during fruit development. *Procedia-Social Behaviour Science*, 19, 750–755. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.html> adresinden 4 Nisan 2023 tarihinde alınmıştır.
- Yardımcı,S.(2007).Pekmezlibulamaç. <https://www.konyapedia.com/makale/2163/pekmezli-bulamachtml>. adresinden 12 Mart 2023 tarihinde alınmıştır.
- turkpatent.gov.tr Kenevir Helvası <https://ci.turkpatent.gov.tr/cografi-isaretler/detay/2563.Konya> html adresinden 3 Ağustos 2023 tarihinde alınmıştır.
- Yazıcıoğlu T., Gökçen J. (1976). *Kuru üzümlerden difüzyon yolu ile pekmez (konsantrasyon) elde edilmesi için geliştirilen bir yöntem*. Gebze: TÜBİTAK Marmara Bilimsel ve Endüstriyel Araşt. Enst. Yay. No:11.

Kaynak Kişiler

- Paşabekiroğlu, D. (2023). “Özel görüşme”, yaş 64, emekli, lise Konya, Taşkent (K1).
- Paşabekiroğlu, A. (2023). “Özel görüşme”, yaş 61, ev hanımı, lise Konya, Taşkent (K2).
- Yıldırım, R. (2023). “Özel görüşme”, yaş 74, ev hanımı, ilkokul Konya, Taşkent (K3).
- Özgürel, Ş. (2023). “Özel görüşme”, yaş 74, ev hanımı, ilkokul Konya, Güneysınır (K4).
- Tezcan, H. (2023). “Özel görüşme”, yaş 59, ev hanımı, ilkokul Konya, Bozkır (K5).
- Dolapçı, E. (2023). “Özel görüşme”, yaş 53, ev hanımı, ilkokul Konya, Taşkent (K6).
- Kendirli, T. (2023). “Özel görüşme”, yaş 40, Konya, Güneysınır (K7).
- Paşabekiroğlu A., N. (2023). “Özel görüşme”, yaş 35, Konya, Güneysınır, (K8).

- Özer, N. (2023). “Özel görüşme”, yaş 54, ev hanımı, ilkokul, Konya, Güneysınır (K9).
- Güngör, D. (2023). “Özel görüşme”, yaş 80, ev hanımı, ilkokul, Konya, Kurukavak (K10).
- Paşabekiroğlu, A. (2023). “Özel görüşme”, yaş 60, ev hanımı, ilkokul, Konya Güneysınır (K11).
- Cin, R. (2023). “Özel görüşme”, yaş 62, ev hanımı, ilkokul, Konya, Güneysınır (K12).
- Dolapçı, M. (2023). “Özel görüşme”, yaş 55, ev hanımı, ortaokul, Konya Güneysınır (K13).
- Becerik, S. (2023). “Özel görüşme”, yaş 67, ev hanımı, ilkokul, Konya Güneysınır (K14).
- İyibilgin, F. (2023). “Özel görüşme”, yaş 55, ev hanımı, lise Konya Güneysınır (K15).

